

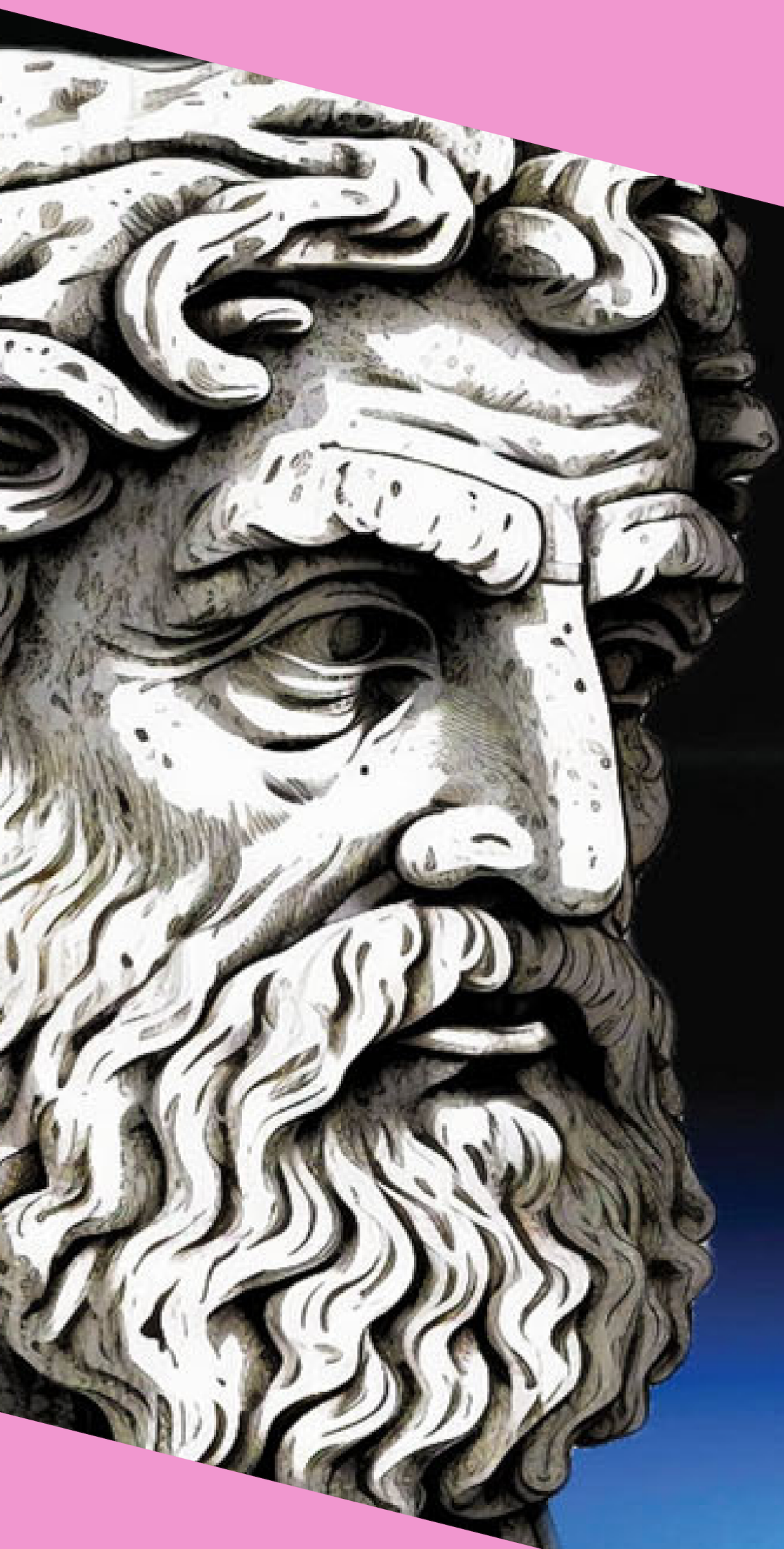
W วารสาร

รัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ

Journal of Wisdom Political Science and Multidisciplinary Science

ISSN 2730-2970 (Print)

ISSN 2985-1351 (Online)



ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม - กุมภาพันธ์ 2567

Vol. 7 No. 6 January - February 2024

วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ

Journal of Wisdom the Political Science and Multi-Disciplinary Sciences

กำหนดการเผยแพร่

วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 6 ฉบับ

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นช่องทางการเผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ของคณาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปในแขนงวิชาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลงานในเชิงบูรณาการหลักรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ สังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ บริหารการศึกษา พระพุทธศาสนาปรัชญา และนิติศาสตร์ ตลอดจนบทความวิชาการที่น่าสนใจเสนอองค์ความรู้ใหม่ และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสังคม กำหนดออกวารสารปีละ 6 ฉบับ เป็นราย 2 เดือน ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ฉบับที่ 2 เดือนมีนาคม-เมษายน ฉบับที่ 3 เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน ฉบับที่ 4 กรกฎาคม-สิงหาคม ฉบับที่ 5 กันยายน-ตุลาคม และฉบับที่ 6 พฤศจิกายน-ธันวาคม

บรรณาธิการ

ผศ.(พิเศษ) พล.ต.ท.ดร.สันฐาน ชยนนท์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการ

พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ, ศ.ดร.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

รศ.ดร.โชติ บดีรัฐ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ผศ.ดร.ตระกูล ชำนาญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏ

รศ.ศิริโรจน์ ภาคสุวรรณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ดร.กัณทิพรณ กัลยาณมิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ดร.สันหนัฐ จักรภัทรวงศ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สิปปณรงค์ กาญจนวงศ์ไพศาล

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เลขานุการ : นางสาวรุจิรา เนียมหอม ศิลปกรรม : นายลิขิต เกิดมงคล

บรรณาธิการวารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ

890/269 ถนน พระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

<http://so1.tci-thaiko.org/index.php/WPSMS/index>

E-mail : sunthan.chayanon@gmail.com

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

พระเมธาวิจารย์ (สุเทพ ปวิสโก), รศ.ดร.

รศ.ศิริโรจน์ ภาคสุวรรณ

รศ.ดร.สุรพล สุธะพรหม

ผศ.พ.ต.ท.ดร.ไวพจน์ กุลาศัย

ดร.ทิฆัมพร พันลึกเดช

พ.ต.อ.ดร.สุริยะ ประกายสาธก

ดร.จักรวาล สุขไมตรี

เสาวภา ไพทยวัฒน์

ผศ.ดร.บารมีบุญ แสงจันทร์

ดร.สืบสวัสดิ์ วุฒิวิชัย

ดร.กัณฐกรธรณ กัลยาณมิตร

ดร.ธวัชดา สุวรรณรัตน์

ดร.สันติคุณ จักรภัทรวงศ์

ผศ.ดร.องค์อร สงวนญาติ

ผศ.ดร.จิรัฐ ชวนชม

พล.ต.ต.ดร.ปรีดา สถาวร

พล.ต.ต.ดร.คมสัน สุขมาก

พ.ต.อ.ดร.ฤทธิชัย ช่างคำ

ดร.ณัทกิจพัฒน์ หอมวิจิตรกุล

นางสาวจิตาภา บัวใหญ่รักษา

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทบรรณาธิการ

วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการฉบับนี้ เป็นวารสาร ปีที่ 6 ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน- ธันวาคม 2566 ที่ได้รับรองคุณภาพวารสารจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI) เพื่อรักษาคุณภาพของบทความ ให้เป็นไปตามเงื่อนไขและกติกาสากลของบรรณาธิการได้พิจารณาบทความโดยเสนอบทความต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (Peer Review) พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความก่อนการลงตีพิมพ์เพื่อคัดเลือกลักษณะบทความให้เกิดความสมบูรณ์และมีคุณภาพมากที่สุดเพื่อควรค่าแก่การตีพิมพ์เผยแพร่และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางวิชาการและเพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพทางด้านการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการสำหรับเนื้อหาของวารสารฉบับนี้ถือได้ว่ามีความโดดเด่นที่เน้นกระบวนการวิจัยที่เข้มข้นประกอบไปด้วยจำนวนบทความทั้ง 15 บทความ โดยภาพรวมหลักเป็นการพัฒนาจากงานวิจัยที่ศึกษากรณีเฉพาะ (Case Study) ที่แต่ละบทความได้เน้นกระบวนการวิจัยเชิงลึกในหลายรูปแบบทั้งในรูปแบบของการสนทนากลุ่มการสอบถามและการสัมภาษณ์ ประกอบกับบทความส่วนใหญ่แสดงถึงการทำงานร่วมกันของผู้นิพนธ์ในลักษณะที่ทีมงานทำให้บทความมีความละเอียดรอบคอบถี่ถ้วนมีการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะได้อย่างสมบูรณ์น่าสนใจขอขอบคุณคณาจารย์นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไปทุกท่านที่ให้ความสนใจร่วมส่งบทความเผยแพร่ในวารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการและขอขอบคุณกองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลั่นกรองบทความทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) พลตำรวจโท ดร.สันฐาน ชยนนท์

บรรณาธิการ

สารบัญ (Content)

	หน้า
กองบรรณาธิการ	ก
ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ	ข
บทบรรณาธิการ	ค
การปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง มณี จิรโชติมงคลกุล, วิจิตรา ศรีสอน และ จันทร์เพ็ญ เอี่ยมอำภา	1
ชีวิตวิถีใหม่กับการปรับตัวของคนในชุมชนเมืองจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) กรณีศึกษาชุมชนเขตดุสิต เมธิตา จิรภิญญา และ ธันยวรรณ เจริญสุข	16
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างจิตสำนึกการไม่กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 กรณีศึกษาเฉพาะสำนักงานสรรพสามิต พื้นที่เชียงใหม่ พิทักษ์ ศรีศิลป์ และ พรณรักษ์ ชันทะสีมา	32
กลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จันทกานต์ ขวัญชัยวัฒน์ และพนธ์ พุทธานุกรณ์	53
การเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ลฎาภา นวลอินทร์ , วิจิตรา ศรีสอน	73
Paradigm Shift of Native Koreans Towards Overseas Koreans Suttasinee Kespratoom, Teeradet Chuenpraphanusorn, Kamonkanok Kiatissakchai , Thanasorn Wisutwarin, and Pornpit Ngampong	94
ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมความผูกพันต่อองค์การ วุทธิเมธว์ เกื้อกอบ จันทนา อินทนิม และเสาวนีย์ สมันต์ตรีพร	116
การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่ เขตสาม พันวังค์ กรุงเทพมหานคร แสงเทียน สุนันดา และ วิจิตรา ศรีสอน	134
The Innovative Design and Application of the Traditional Culture Story in the Paper Carving Lamps	152

Yang Guang, Wuttiaphung Rodkasemsri

A short video on the culture of the Tanka families in Guangxi, China, in the context of cultural tourism integration 170

Liang Gengliang, Prathabjai Suwanthada

The Effects of Transformational and Transactional Leadership Styles and Communication Skills on Employee Job Satisfaction in the Banking Industry, Chengdu, China 192

Bai Shaofen

Factors Influencing Consumers' Choice of Telecommunication Service Providers in Chengdu, China 208

Li Ling

Consumer Behavior and Marketing Factors of Famous Department Store in Chengdu, China 225

Xitao Wei

Relationship Between Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration in Chong Qing, China 249

Ming Liu

The Student's Satisfaction with Classroom management (CM) of vocational school in Chongqing Vocational College of Media 267

Hongyu Li

	หน้า
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งต่อการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ และผลผลิตภาพแรงงานในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล	222
ธีระวิทย์ วงศ์เพชร สโรชินี สุขตระกูล สมหมาย สีม่วง และพิมพ์ภา นาควิเชียร	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิตการบริการและประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจบริการในจังหวัดภูเก็ต	236
สโรชินี สุขตระกูล ธีระวิทย์ วงศ์เพชร สุนันทา โสวนากุล และพิมพ์ภา นาควิเชียร	
การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการห่วงโซ่อุปทาน สำหรับธุรกิจการผลิตและจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตร	249
ยาวเรศ กาฬภักดี วิรัช กาฬภักดี และอภิสิทธิ์ ดุยอดรัมย์	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนไทย	266
วัชรภรณ์ ทิพย์ราพันธ์ และปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว	

การปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง Adaptation from the post-COVID-19 era changes of people in urban communities

มณี จิรโชติมงคลกุล, วิจิตรา ศรีสอน และ จันท์เพ็ญ

เอี่ยมอำภา

Manee Chirachotmongkhonkun¹, Wijittra Srisorn², and Junpen Aiemampha³

Received: September 26, 2023, revised: October 26, 2023, Accepted: February 27, 2024

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมืองเป็น การศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวเพื่อให้เกิดความอยู่รอด โดยเริ่มจากการศึกษาจากแนวคิดการปรับตัว เพื่อสร้างความเข้าใจและเป็นแนวทางในการปรับตัวของคนในชุมชน ศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัว ของชุมชนในรูปแบบใหม่เพื่อให้เกิดความอยู่รอด ซึ่งเมื่อเกิดสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับ ผลกระทบต่อชุมชนนั้น ชุมชนที่เข้มแข็งจะช่วยให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและเข้าใจสภาพที่ เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ได้และช่วยให้เห็นรูปแบบของชุมชนที่มีความหลากหลายและ ศึกษา การปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง ซึ่ง ประกอบด้วยการศึกษาการปรับตัวของชุมชนในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสุขภาพ ด้าน สิ่งแวดล้อม ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการเงินและด้านการศึกษา ทั้งในการปรับตัวในบริบท ต่าง ๆ นั้น ต้องเป็นไปตามแนวปฏิบัติตามมาตรการสำคัญที่กำหนดไว้ตามมาตรการของ

¹รัฐศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Master of Political Science Program (Politics and Government) College of Politics and Governance Suan Sunandha Rajabhat University.

Corresponding

E-mail. s63463825037@ssru.ac.th

² วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา College of Politics and Governance Suan Sunandha Rajabhat University. wijittra.sr@ssru.ac.th

³ นักวิชาการอิสระ

สาธารณสุข การรวมตัวเพื่อช่วยเหลือกันในชุมชน การรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือผู้ติดเชื้อและกำหนดมาตรการเฝ้าระวัง ให้ความช่วยเหลือกัน การมีส่วนร่วมให้ทุกคนในชุมชนร่วมกันดูแลซึ่งกันและกัน

คำสำคัญ (Keywords): การปรับตัวของชุมชน, การเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด, คนในชุมชนเมือง

Abstract

An article on adaptation after the COVID-19 period of people in urban communities studies adaptation for survival. It started by studying the concept of adaptation to create understanding and guide the adjustment of people in the community. Studying community adaptation in new ways for survival resulted from various situations that affected the community. Strong community can facilitate change and understanding on the conditions in modern society and help to see the form of a diverse community and the adaptation from the changes that occurred after the Covid-19 period of people in urban communities. The study of a community's adaptation involves economics, society, health, environment, the use of technology, finance, and education. The adaptation in various contexts must be by the guidelines and key measures outlined in public health measures.

Keywords: community adaptation, post-COVID era changes, urban people

บทนำ (Introduction)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 หรือโคโรนาไวรัสช่วงปลาย พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2563 ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมากจนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงอีกครั้งหนึ่งของ

มนุษยชาติ มนุษย์จำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ๆ ชีวิตวิถีใหม่ที่หลาย ๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในช่วงไวรัสตัวนี้ออกมาระบาดแล้ว ทำให้เปลี่ยนชีวิตพวกเราไปอีกนานต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก จากที่เราเคยออกจากบ้านเพื่อไปทำงาน ไปโรงเรียน ต้องหันมาทำทุกอย่างที่บ้าน หากมีความจำเป็นต้องออกจากบ้านไปซื้อป้างหรือแม้กระทั่งไปพบแพทย์ เราต้องใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค ต้องเว้นระยะห่างสำหรับบุคคล ล้างมือบ่อย ๆ นาน 20 วินาที เช็ดมือด้วยแอลกอฮอล์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จึงต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การเปิดระบบลงทะเบียนออนไลน์ การใช้ระบบซื้อขายและบริการทางออนไลน์ สิ่งนี้เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราจำต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal สำหรับบทความฉบับนี้เป็นการนำเสนอการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง โดยศึกษาจาก 1) แนวคิดการปรับตัว ซึ่งเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตนเองเพื่อให้เกิดความอยู่รอด เป็นสามารถปรับตัวให้เข้ากับตนเองและโลกภายนอกได้อย่างดี ความพึงพอใจ ความแจ่มใสอย่างสูงสุด มีพฤติกรรมที่เหมาะสม กับสภาพสังคม มีความสามารถที่จะเผชิญและยอมรับความจริงของชีวิต 2) แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนในรูปแบบใหม่ ซึ่งจะช่วยให้มีความเข้าใจในความเปลี่ยนแปลงและเข้าใจสภาพที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ได้และช่วยให้เห็นรูปแบบของชุมชนที่มีความหลากหลาย โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อมโยงเครือข่ายของผู้คนเข้าด้วยกันด้วยความที่มีวัตถุประสงค์และความสนใจร่วมกัน และประเด็นสุดท้ายคือ การปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง ซึ่งเกิดการปรับตัวในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการปรับตัวของคนในชุมชน ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการเงิน และด้านการศึกษา ผลของการวิเคราะห์นี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสมต่อไป ซึ่งในประเด็นสำคัญที่กล่าวมานั้น สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. แนวคิดการปรับตัว (Adaptation)

การปรับตัวที่สำคัญที่สุด คือ เพื่อให้สิ่งมีชีวิตอยู่รอดได้ (Winterholder, 1980) การปรับตัวของคนมีจุดมุ่งหมายสำคัญคือ เพื่อให้แน่ใจว่าคนนั้นสามารถอยู่รอดได้ (O' Brien and Holland, 1992) การปรับตัวถูกประยุกต์ใช้ในด้านมนุษยวิทยา (Anthropologist) และ

วัฒนธรรม (Cultural) ในทำนองเดียวกันการปรับตัวยังถูกใช้ในเรื่องของสังคมศาสตร์เพื่อใช้ในการอธิบายระบบการปรับตัวของมนุษย์ โดยเฉพาะการปรับตัวเพื่อความสำเร็จต่าง ๆ ในสังคม อีกทั้งทฤษฎีการปรับตัวถูกใช้ในศาสตร์อื่น ๆ อีกมากมาย เช่น การเมือง อาหาร สิ่งแวดล้อม การศึกษา ฟิสิกส์ เศรษฐศาสตร์ การแพทย์ บริหารธุรกิจ มีผู้ให้ความหมายของคำว่า การปรับตัว หมายถึงการที่บุคคลพยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตนและพยายามปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตนเอง จนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขปราศจากความคับข้องใจ (ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร และทัศนากฎดี, 2543)

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวนั้นได้มีนักวิชาการให้อธิบายไว้ เช่น Coleman (1981) กล่าวถึงการ การปรับตัว ไว้ว่าเป็นผลของความพยายามของบุคคลที่พยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตน ไม่ว่าปัญหานั้น จะเป็นปัญหาด้านบุคลิกภาพ ด้านความต้องการหรือด้านอารมณ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอยู่ เช่นเดียวกับ Bernard (1960) ที่กล่าวว่า การปรับตัวเป็นการที่บุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับตนเองและโลกภายนอกได้อย่างดีความพึงพอใจความแจ่มใสอย่างสูงสุด มีพฤติกรรมที่เหมาะสม กับสภาพสังคม มีความสามารถที่จะเผชิญและยอมรับความจริงของชีวิต นอกจากนี้นักวิชาการชาวไทยยังได้กล่าวถึงการปรับตัว เช่น แนวคิดของ ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร และทัศนากฎดี (2553) ที่กล่าวว่าการปรับตัวเป็นการที่บุคคลพยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตน และพยายามปรับเปลี่ยน พฤติกรรมของตนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตนเอง จนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขปราศจากความคับข้องใจ หรือแนวคิดของชูทิพย์ ปานปรีชา (2558) ที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับการปรับตัวไว้ว่า เป็นกระบวนการทางจิต ซึ่งคนนำมาใช้เพื่อให้บรรลุถึงความต้องการต่าง ๆ ของตนเองและสังคมและเข้าได้รับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่หรือที่เปลี่ยนแปลงไปและเป็นวิธีการให้คนคงไว้ซึ่งสุขภาพจิตที่ดี ด้วยการแก้ปัญหา หาทางออกเพื่อขจัดหรือผ่อนคลายความทุกข์ ความคับข้องใจหรือความเครียด นอกจากนี้ยังมีแนวคิดของมัลลวีร์ อดุลวัฒน์ศิริ และวรศรา ศรีสวัสดิ์ (2558) ที่ได้กล่าวถึง การปรับตัว ซึ่งเป็นกระบวนการปรับเปลี่ยนแปลงความรู้สึกอัดอั้นไม่สบายใจ วิตกกังวลและคับข้องใจ อันเนื่องมาจากความรู้สึกคิด และแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องและกลมกลืนกับสภาพการณ์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม เป็นกระบวนการตอบสนองของระบบสิ่งมีชีวิตต่อสิ่งเร้าที่ก่อความจำเป็นให้ระบบต้องปรับกระบวนการ เพื่อรักษาดุลยภาพของชีวิต สิ่งเร้าที่เรียกร้องการปรับตัว ได้แก่ สิ่งเร้าที่รบกวนหรือคุกคามดุลยภาพต่อระบบ (ละออ หุตางกูร ,2555) เป็นการปรับทางด้านสภาพทางจิตที่

ต้องคล้อยตามและยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น โดยไม่ให้เกิดความกระทบกระเทือนต่อสุขภาพจิต (สุภัททา ปิณฑะแพทย์ ,2562) และเป็นกระบวนการปรับความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม โดยอาศัยพลังกาย ใจ และสติปัญญา ระหว่างความต้องการกับมโนธรรมของบุคคลและความเป็นจริง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่าง ๆ ที่เขาแสวงหาหรือปรารถนา (ศุภลักษณ์ จารุรัตน์และคณะ ,2562)

จากความหมายของการปรับตัวที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การปรับตัวเป็นการแก้ไข ปรับปรุงความคับข้องใจ ด้วยการแสวงหาวิถีทางในการตอบสนองความต้องการของตนเองทั้งการปรับตัวทางภายนอกและภายในร่างกาย ให้สามารถปรับตัวได้ดีต่อสภาวะแวดล้อมในชีวิต รวมทั้งการตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม

2. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนในรูปแบบใหม่ (Virtual Community Perspective)

แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนในรูปแบบใหม่เกิดขึ้นพร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีและปัญหาของสังคมสมัยใหม่ที่ทวีความซับซ้อนและรุนแรงขึ้น การพิจารณาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาไม่อาจจำกัดอยู่ในปริณิถยของชุมชนที่มีอาณาเขตภูมิศาสตร์เล็ก ๆ ได้เพียงลำพังเพราะบางปัญหาเกิดจากอิทธิพลภายนอก ซึ่งบางครั้งการแก้ไขต้องการการรวมกำลังความร่วมมือและทรัพยากรจากภายนอกชุมชน คุณลักษณะที่สำคัญของชุมชนในรูปแบบใหม่ คือ (Schuler, 1996) จิตสำนึกร่วม (Consciousness) หลักการ (Principle) จุดมุ่งหมาย (Purpose)

ดังนั้น ชุมชนในรูปแบบใหม่จึงอาจมีลักษณะเป็นชุมชนทางออนไลน์หรือผู้สนใจจะมีส่วนร่วมในชุมชนเครือข่ายบน Internet อาจกล่าวได้ว่า เป็นชุมชนไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่ทางกายภาพและไม่จำเป็นต้องสมาชิกต้องพบปะหน้าตากันโดยตรง แต่เป็นชุมชนที่อาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยี สารสนเทศ เป็นเครื่องสานความสัมพันธ์และจิตสำนึกร่วมของสมาชิก Schuler

ได้กล่าวว่า ชุมชน คือ สายใย (web) ของความสัมพันธ์ทางสังคมมีความเป็นเอกภาพมีพลังความยึดโยง (Cohesive) การสนับสนุนเกื้อกูลกันและกันทำนองเดียวกันเทคโนโลยี ก็คือสายใย (web) ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์และการสื่อสารของผู้คนต่าง ๆ เทคโนโลยีและการสื่อสารผ่านวิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์ มีบทบาทในการสร้างชุมชนในรูปแบบใหม่ โดยสมาชิกไม่จำกัดเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ เพศ วัย ศาสนา และฐานะ เศรษฐกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ชุมชนในรูปแบบใหม่ อาจเรียกได้ว่าเป็น “ชุมชนเหมือนจริง” (Virtual Community) เป็นชุมชนที่ กลุ่มคนอาจจะได้พบกัน

โดยตรงหรือไม่ก็ตาม แต่มีโอกาสนสื่อสารกันด้วยคำภาษาและความคิดผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ชุมชนแบบนี้ มีข้อดีกว่าชุมชนแบบอื่นตรงที่ว่าไม่มีอคติเกี่ยวกับ เพศ อายุ เชื้อชาติ สีผิว เผ่าพันธุ์ รูปร่างหน้าตา เสียงพูด อากัปกิริยาของสมาชิกชุมชนเสมือนจริงเป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงผู้ที่มีความสนใจร่วมกันเข้าด้วยกันในชุมชนแบบเดิมจะรู้จักผู้คนต่อเมื่อได้พบปะหน้าค่าตาและต้องคบหาสมาคมกับผู้คน จำนวนไม่น้อยกว่าที่จะพบผู้ที่มีความสนใจในเรื่องบางเรื่องเหมือนกับเรา แต่ในชุมชนประเภทนี้สามารถเข้าถึงแหล่งที่สนใจได้อย่างทันที นอกจากนี้ยังมีข้อดี คือ ช่วยคัดสรรกลั่นกรองข้อมูลที่จำเป็นและทันสมัย โดยไม่ต้องเก็บรวบรวมไว้มากมายเช่นแต่ก่อน

อย่างไรก็ตาม ชุมชนในรูปแบบใหม่นี้ไม่น่าจะถือว่าเป็นลักษณะเป็น “ชุมชน” เนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องไม่มีพันธะผูกพันใด ๆ กับชุมชน มีอิสระที่จะเลือกเข้าร่วมเมื่อใดก็ได้หรือถอยออกไปเมื่อใดก็ได้ อีกทั้งข้อมูลข่าวสารที่สื่อถึงกันก็ไม่สามารถที่จะเชื่อถือได้ทั้งหมดชุมชนในรูปแบบใหม่นี้ ยังคงต้องมีการอาศัยความเป็นชุมชนเดิม คือ พื้นที่อยู่บ้าง แต่ลักษณะความสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลงไปสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่ซับซ้อนโดยผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีรูปแบบที่กว้างขวางขึ้นทั้งในระดับชาติและในระดับโลก กล่าวคือ สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นถ้าเป็นปัญหาหรือสิ่งนั้น ๆ ก็จะเชื่อมโยงไปในระดับที่กว้างขึ้นได้ และในทางตรงกันข้ามก็จะเป็นประโยชน์หรือมีผลต่อความรับผิดชอบร่วมกันในฐานะเป็นชุมชนรูปแบบใหม่ที่มีจิตสำนึกร่วม มีหลักการและจุดหมายร่วมกัน

แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนในมิตินี้ จะช่วยให้เป็นความเปลี่ยนแปลงและเข้าใจสภาพที่เกิดขึ้นในสังคม สมัยใหม่ได้และช่วยให้เห็นรูปแบบของชุมชนที่มีความหลากหลาย โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อมโยงเครือข่ายของผู้คนเข้าด้วยกันด้วยความที่มีวัตถุประสงค์และความสนใจร่วมกัน หรือเป็นศูนย์การสื่อสารที่ทำให้ผู้ที่ผ่านเข้ามาในเครือข่ายได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ร่วมกันโดยความร่วมมือทางเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับภูมิภาคจนถึงระดับโลก ในขณะเดียวกันความเป็นศูนย์การสื่อสารหรือเครือข่ายชุมชนในรูปแบบนี้ สมาชิกในเครือข่ายมีจุดอ่อน คือ ไม่มีภาระผูกพัน ข้อต่อรองหรือมีความพร้อมในเรื่องข้อเท็จจริงร่วมกัน แต่ถ้ามีวัตถุประสงค์และความสนใจร่วมกันมากขึ้น ความพร้อมในเรื่องข้อเท็จจริงจะปรากฏเพิ่มขึ้น จากนั้นจะนำไปสู่การประสานงานและการทำกิจกรรมร่วมกัน (ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร และทัศนากา, 2553)

ลักษณะของชุมชนในรูปแบบใหม่ที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศนี้ ถ้ามองในด้านของพื้นที่แล้วจะเห็นว่า เป็นชุมชนที่ไร้พรมแดนจะอาศัยเพียงความสัมพันธ์อย่างง่าย ที่ผู้เข้ามาหรือผ่านมามีได้มีความรู้สึกผูกพันกันน้อยอย่างมีหลักการและเป้าหมาย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นชุมชนในรูปแบบใหม่ได้หรือไม่ ดังนั้น นักวิชาการและนักพัฒนาผู้ที่ทำงานร่วมกับชุมชนจึงควรแสวงหาคำตอบเพื่อรู้เท่าทันกับสภาพของชุมชนที่ไร้พรมแดน ทั้งนี้เพื่อทราบถึงความเปลี่ยนแปลงของสังคม แต่ถ้าย้อนถึงการสร้างความเป็นชุมชนของนักพัฒนาเริ่มจากการเน้น “ชุมชน” ขนาดเล็ก ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางสังคมแบบส่วนตัว รู้จักกัน ช่วยเหลือกัน ภายในกลุ่มเล็ก ๆ มาสู่การ ขยายเป็น “เครือข่าย” การช่วยเหลือที่เป็นความสัมพันธ์ที่กว้างขึ้น และมาสู่ชุมชนในรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบปัจเจกมีการแข่งขัน มีการคิดคำนวณบนฐานของประโยชน์และอยู่บนพันธะทางกฎหมาย อาจสูญเสียความเป็นธรรมชาติสัมผัสของความเป็นมนุษย์และการเกื้อหนุนของสมาชิก แต่การสร้างความเป็นชุมชนใหม่จึงไม่ใช่การรื้อฟื้นวัฒนธรรมชุมชนแบบดั้งเดิม หากเป็นการผสมผสานความเชื่อแบบเก่าที่มีคุณค่าและการพัฒนาระบบใหม่ที่ก้าวต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า ชุมชนในลักษณะนี้จะช่วยให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและเข้าใจสภาพที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ได้และช่วยให้เห็นรูปแบบของชุมชนที่มีความหลากหลาย โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อมโยงเครือข่ายของผู้คนเข้าด้วยกันด้วยความที่มีวัตถุประสงค์และความสนใจร่วมกัน หรือเป็นศูนย์การสื่อสารที่ทำให้ผู้คนที่ผ่านเข้ามาในเครือข่ายได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ร่วมกันโดยความร่วมมือทางเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงในระดับต่าง ๆ หลายระดับ

3.การปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง

การปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง มีแนวทางในการปรับตัวด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการเงินและด้านการศึกษา ซึ่งในแต่ละด้านอธิบายได้ดังนี้

3.1 การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านเศรษฐกิจ

ในด้านเศรษฐกิจนั้น การปรับตัวที่สำคัญของคนในชุมชนคือมีการวางแผนการใช้เงิน เกิดการมองหาอาชีพใหม่ที่เหมาะสมกับการปรับตัว บางครัวเรือนหันมาขายของออนไลน์ หรือ

เป็นพนักงานส่งอาหารตามบ้าน ในชุมชนร้านอาหาร ปฏิบัติตามมาตรการพบว่าหันมาขายส่งหรือรับออเดอร์ผ่านโทรศัพท์และจัดส่งที่บ้าน การปรับตัวที่เกิดขึ้นคนในชุมชนที่พอมีกำลังมองหาอาชีพ รายได้จากช่องทางออนไลน์ ชุมชนต้องฝึกทักษะการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดทักษะต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางการหารายได้ ซึ่งการปรับตัวคือในพื้นที่ที่มีการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพต่าง ๆ ตามที่สนใจเพื่อให้ทำมาหากินได้ ต้องเกิดการปรับตัวในการประกอบอาชีพ เช่น หันมาทำขนมขาย หันมาสนใจตลาดออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้สิ่งที่เกิดขึ้นคือ มีการประหยัดมากขึ้น หันมาทำอาหารในครัวเรือน คนในครอบครัวอยู่ร่วมกันในครัวเรือนมากขึ้น ใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น ประหยัดอดออมมากขึ้น คนในพื้นที่เกิดการเรียนรู้ เพื่อหาช่องทางการประกอบอาชีพเพิ่มเติม หรือหาช่องทางการประกอบอาชีพที่สามารถมีรายได้หลายช่องทาง การใช้จ่ายน้อยลง พฤติกรรม การประกอบอาชีพเปลี่ยนแปลง การหารายได้จากหลายช่องทาง การสร้างสินค้าที่มีมูลค่าเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า การเป็นหนี้ครัวเรือนเพิ่มขึ้นเนื่องจากปัญหาการขาดรายได้ จำเป็นต้องมีการวางแผนการใช้จ่าย ทำบัญชีครัวเรือน และวางแผนการใช้จ่ายให้รัดกุมที่สุด (ศุภลักษณ์ จารุรัตน์และคณะ, 2562)

สรุปได้ว่า คนในชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้จ่าย การหาอาชีพใหม่ที่เหมาะสม การฝึกทักษะการประกอบอาชีพ การประกอบอาชีพในระยะสั้น การหารายได้จากสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ ในชุมชนต้องวางแผนการใช้จ่ายเงินการบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน และการทำบัญชีครัวเรือนอีกด้วย

3.2 การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านสังคม

ในการปรับตัวของคนในชุมชนด้านสังคมพบว่า การปรับตัวของคนในชุมชน คือ ต้องร่วมมือกันปฏิบัติตามมาตรการสำคัญของสาธารณสุข คนในชุมชนต้องปรับตัวด้วยการอาศัยเทคโนโลยีหรือนำมาใช้ในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น ควรส่งเสริมให้คนในสังคม ได้รับการพัฒนากระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจเข้าร่วมมาตรการต่าง ๆ ของรัฐ และปรับพื้นฐานแรงงานในชุมชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ ต้องส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดความพร้อมในการพัฒนาเชิงพื้นที่ร่วมกัน ต้องร่วมมือกันในการพัฒนาพื้นที่ เพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนาร่วมกัน ให้ทุกคนในสังคมตระหนักถึงปัญหาการแพร่ระบาด เพื่อให้ทุกคนร่วมมือกันป้องกัน ใช้วิธีการเจรจาให้เข้าใจ เพื่อให้สมัครใจร่วมมือกันปรับตัวในพื้นที่ ร่วมกันสร้างเงื่อนไขเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมให้ทุกฝ่ายมีสิทธิเสียงที่เท่ากันในการร่วมคิดร่วมแก้ปัญหา การเปิดให้มีการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางจากพลเมืองทุกกลุ่มในการขับเคลื่อนสังคม ให้ทุกคนเข้าถึงบริการ เข้าถึงการดูแล

สวัสดิการต่าง ๆ ที่พึงจะได้รับหรือมีความรู้ในการเยียวยา ทุกคนต้องเรียนรู้ร่วมกัน ให้ความร่วมมือกันอย่างเต็มที่ ช่วยกันดูแลชุมชนตนเอง และปฏิบัติตามมาตรการของรัฐอย่างเคร่งครัด

สรุปได้ว่า การปรับตัวที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมในการปรับตัวของคนในสังคม ต้องอาศัยความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการสำคัญ ๆ ที่รัฐกำหนด ส่งเสริมให้คนในสังคมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐจัดสรรให้ร่วมกันพัฒนาชุมชนร่วมกัน เพื่อให้ทุกคนรับรู้และร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

3.3 การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านสุขภาพ

สำหรับการปรับตัวของคนในชุมชน ด้านสุขภาพพบว่าการปรับตัวที่เกิดขึ้น คือ ทุกคนในสังคมมีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพ หวาดกลัวต่อการติดเชื้อ จึงต้องป้องกันตัวเองให้มากที่สุดมีพฤติกรรมสุขภาพที่เปลี่ยนไป เช่น การหมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่หรือแอลกอฮอล์เจล การสวมหน้ากากเป็นประจำ มีพฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการสวม หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้าตลอดเวลาเมื่ออยู่กับผู้อื่น การใช้แอลกอฮอล์เจล หรือการหลีกเลี่ยงการไปในสถานที่ชุมชน มีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพ การหลีกเลี่ยงการไปในสถานที่ชุมชน และสังคมเกิดการปรับตัวเกี่ยวกับพฤติกรรมดูแลสุขภาพการเว้นระยะห่าง การสัมผัส การใช้แอลกอฮอล์เจล คนในชุมชนมีพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากโควิดเช่น ล้างมือสม่ำเสมอด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ สวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งเมื่ออยู่ในที่สาธารณะรับประทานอาหารสุกสะอาด ใช้ช้อนส้อมส่วนตัว ซึ่งทุกคนต้องมีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันตนเอง ดูแลสุขภาพกาย และดูแลสุขภาพจิตของตนเอง ในการปรับตัวของชุมชนนั้น ต้องให้กำลังใจกัน ให้ข้อมูลการติดต่ออาสาสมัครไว้กับเพื่อนบ้านของผู้สูงอายุ และการเข้าถึงการดูแลช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ เอกชน ต่าง ๆ เป็นการดูแลสุขภาพของกันและกัน ทำอย่างไรจะให้หยุดเชื้อ ทำอย่างไรจะอยู่ร่วมกันในสังคมในยุคนี้ได้ ต้องดูแลตนเอง ดูแลอารมณ์ดูแลคนในครอบครัว คนใกล้ตัว เพื่อสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นในสังคม (ละอ อุดาทร, 2555)

สรุปได้ว่าทุกคนในสังคมมีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพ มีพฤติกรรมสุขภาพที่เปลี่ยนไป เช่น การหมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่ หรือแอลกอฮอล์เจล การสวมหน้ากากเป็นประจำ เฝ้าระวังสุขภาพ ระวังการสัมผัสใกล้ชิด หรือเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ดกกิจกรรมที่มีคนจำนวนมาก ๆ การเว้นระยะห่าง มีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันตนเอง ดูแลสุขภาพกาย และดูแลสุขภาพจิตของตนเอง

3.4 การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม

ในการปรับตัวของคนในชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม การปรับตัวที่สำคัญ คือ การสื่อสารที่ดี การร่วมกันทำกิจกรรมในสังคม สิ่งต่าง ๆ ในสังคม ลดลงอย่างมาก เช่น น้ำเสียลดลง มลพิษทางน้ำ ทางเสียงลดลง อากาศดีขึ้น แต่สิ่งที่ยังกังวล คือ การกำจัดขยะพิษเช่น หน้ากากอนามัย ธรรมชาติได้ฟื้นตัวแต่สิ่งที่ตามมา คือ ขยะติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากการรักษาผู้ป่วยจำนวนมาก และการฆ่าเชื้อเพื่อกำจัดของเสียติดเชื้อ และอุปกรณ์ทางการแพทย์จำนวนมากจากโรงพยาบาล แต่มีปัญหา คือ ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ตามมา คือ การปรับตัวเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและการกำจัดอย่างไม่มีประสิทธิภาพ การกำจัดและแยกขยะอินทรีย์ในครัวเรือน และอุปกรณ์ป้องกันไวรัส อย่างเหมาะสม เนื่องจากการรวมของเสียเหล่านี้จะเพิ่มความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของโรค และการสัมผัสกับไวรัสของคนงานเก็บขยะ ทั้งนี้ ต้องทำการแยกขยะที่มีอันตราย ที่เกิดจากหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้ว ต้องให้ทุกคนในชุมชนร่วมกันกำจัดอย่างรอบคอบเพื่อป้องกันการติดเชื้อ ทั้งการลดใช้ การใช้ซ้ำ คัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเข้าสู่ระบบจัดการเพื่อนำไปรีไซเคิลได้ พร้อมทั้งชุมชนต้องเรียนรู้การกำจัดขยะให้ถูกวิธี การคัดแยกขยะหน้ากากอนามัยอย่างถูกต้อง

สรุปได้ว่าสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ลดลงอย่างมากเช่น น้ำเสียลดลง มลพิษทางน้ำ ทางเสียงลดลง อากาศดีขึ้น แต่สิ่งที่ยังกังวลคือ การกำจัดขยะพิษ เช่น หน้ากากอนามัย การปรับตัวเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและการกำจัดอย่างไม่มีประสิทธิภาพ การกำจัดและแยกขยะอินทรีย์ในครัวเรือน และอุปกรณ์ป้องกันไวรัส อย่างเหมาะสม ปริมาณขยะในครัวเรือนส่วนใหญ่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย กล่องอาหาร ถุงใส่น้ำจิ้ม ซ้อนพลาสติก ส้อมพลาสติก ภาชนะใส่อาหาร ภาชนะใส่เครื่องดื่ม และถุงพลาสติกหุ้มสำหรับใส่อาหารทั้งหมด ทั้งนี้ในชุมชนต้องมีมาตรการในการกำจัดขยะอย่างถูกต้อง

3.5 การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการใช้เทคโนโลยี

การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการใช้เทคโนโลยีพบว่า การปรับตัวคือคนในชุมชนเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ที่ทันสมัยมากขึ้น คนในชุมชนมีการเรียนรู้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อเทคโนโลยีมากขึ้น มีการปรับตัวด้านเทคโนโลยี เกี่ยวกับการเรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเอง การขอคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์สื่อสาร การเรียนรู้ที่จะรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจากสื่อสารสนเทศ มีการปรับตัว เกิดการเรียนรู้เทคโนโลยี นำมาประยุกต์ใช้เพื่อประกอบอาชีพ ประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน การเข้าถึงเทคโนโลยี รับรู้ข้อมูล

ข่าวสารต่าง ๆ การส่งเสริมให้คนในชุมชนนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีใช้ในการประกอบอาชีพ และการสื่อสารที่ดีระหว่างกัน

สรุปได้ว่าคนในชุมชนเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ที่ทันสมัยมากขึ้น มีการเรียนรู้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อเทคโนโลยีมากขึ้น เรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเอง การขอคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์สื่อสาร ประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

3.6 การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการเงิน

ในการปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการเงิน พบว่า สิ่งที่คนในชุมชนต้องปรับตัว คือ การประหยัดให้มากที่สุด เนื่องจากขาดรายได้ คนในชุมชนต้องเห็นความสำคัญในการออมเงิน วางแผนการออมเงิน การวางแผนการใช้เงินอย่างระมัดระวัง คิดก่อนใช้ หรือเลือกซื้อเฉพาะที่จำเป็น คิดให้รอบคอบก่อนใช้จ่าย การเพิ่มช่องทางการหารายได้หลาย ๆ ทางเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ควรส่งเสริมการบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน การทำบัญชีครัวเรือน ส่งเสริมการลงทุนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ความพออยู่พอกิน การใช้จ่ายอย่างประหยัด การลดของฟุ่มเฟือย การบริหารจัดการงบประมาณในกระเป๋อย่างรอบคอบ มีการวางแผนการเงิน ใช้จ่ายให้เกิดประโยชน์ ไม่ฟุ่มเฟือย ต้องมีการวางแผนการเงินสำรองฉุกเฉิน เพื่อใช้ในยามจำเป็น มีการบริหารจัดการเงินเพื่อใช้ในชีวิิตประจำวัน และงดเว้นรายจ่ายส่วนเพิ่มเติมในชีวิตประจำวัน

ด้านการเงินของคนในชุมชนสรุปได้ว่า คนในชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้เงินอย่างระมัดระวัง คิดก่อนใช้ หรือเลือกซื้อเฉพาะที่จำเป็น คิดให้รอบคอบก่อนใช้จ่าย การบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน การทำบัญชีครัวเรือน การนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการบริหารเงินในชีวิตประจำวัน ต้องมีการวางแผนการเงินสำรองฉุกเฉิน เพื่อใช้ในยามจำเป็น

3.7 การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการศึกษา

การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการศึกษาพบว่า ชุมชนเกิดการปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วม และควรยึดหยุ่น ให้แก่ สถานศึกษา โดยคำนึงถึงความอิสระในการหาวิธีจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละแห่ง ซึ่งการจัดการศึกษาจะสำเร็จนั้น ต้องจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะกับการเรียน ขวนขวายเรียนรู้ด้วยตนเองที่มากกว่าที่เคยเรียนในชั้นเรียน และหมั่นทบทวนเนื้อหาสม่ำเสมอ สิ่งที่น่าพอใจได้เป็นอย่างดี คือ การปรับตัวเกี่ยวกับสื่อการสอนของผู้สอน เครื่องมือในการสื่อสาร ออกแบบการเรียนรู้ และจัดคอร์สสอนออนไลน์ได้ เพื่อให้เทคโนโลยีการศึกษาช่วยเสริมกิจกรรมระหว่างการสอนระหว่างเรียนต้องหา

กิจกรรมให้ผู้เรียนรู้สึกสนุก เพิ่มความสนใจและเปิดโอกาสให้ผู้เรียนถามข้อสงสัยมากขึ้น แบ่งการวิดีโอคอลเป็นกลุ่มใหญ่และกลุ่มย่อยในการส่งงานหรือการนำเสนองาน ส่วนวิชาที่เป็นโครงการที่ต้องมีการติดตาม ก็จะมีการกำหนดระยะเวลาในการนัดหมายออนไลน์เป็นกลุ่ม ๆ การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ด้วยการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีในการสอน และผู้เรียนก็รู้จักอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วย ซึ่งการปรับตัวด้านการศึกษานั้น ต้องเกิดการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน พัฒนาช่องทางการเรียนรู้แบบใหม่ สร้างแพลตฟอร์มการเรียนรู้ชั่วคราวเพื่อแก้ปัญหาในช่วงเวลาวิกฤติ การลดความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศที่ไม่เท่าเทียม ชุมชนต้องมีการปรับตัว ซึ่งเราทุกคนต้องไม่หยุดที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ กล้าที่จะเริ่มต้น และยอมรับในการเปลี่ยนแปลง ชุมชนต้องมีการปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนเป็นการสอนทางไกล เรียนที่บ้าน ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย หลายคนจะต้องปรับตัว กับระบบการเรียนการสอน ควรมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งและสนับสนุนการจัดศึกษาเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ เพราะการศึกษาจะสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นได้ (มัลลวีร์ อดุลวัฒนศิริและวิศรา ศรีสวัสดิ์, 2558)

สรุปได้ว่าควรส่งเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ให้กับผู้เรียน มีความยืดหยุ่นให้กับผู้เรียน คำนึงถึงความอิสระในการหาวิธีการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละแห่ง ผู้เรียนต้องพร้อมทั้งอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน หรือหุฟ่ง แต่ควรเลือกให้พอใช้งานได้ก็เพียงพอ โดยสถานศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนในส่วนที่จำเป็น ควรพัฒนาศักยภาพผู้สอนให้เกิดการเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีเพื่อจูงใจผู้เรียน การร่วมมือกัน ระหว่าง ภาครัฐและเอกชน พัฒนาช่องทางการเรียนรู้แบบใหม่ และการเสริมสร้างความเข้มแข็งและสนับสนุนการจัดศึกษาเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ เพราะการศึกษาจะสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นคนในชุมชนมีกระบวนการหรือพฤติกรรมการปรับตัวแบบใหม่ในแต่ละชุมชนแตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสมของพื้นที่เช่น กำหนดแนวปฏิบัติตามมาตรการสำคัญที่กำหนด ตามมาตรการของสาธารณสุข การรวมตัวเพื่อช่วยเหลือกันในชุมชน การรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือผู้ติดเชื้อ และกำหนดมาตรการเฝ้าระวัง ให้ความช่วยเหลือกัน การมีส่วนร่วมให้ทุกคนในชุมชนร่วมกันดูแลซึ่งกันและกัน กำหนดแนวทางและข้อควรปฏิบัติเมื่อติดเชื้อและการรักษาระยะห่าง รวมไปถึงการกำจัดขยะในชุมชน เป็นต้น

บทสรุป (Conclusion)

สำหรับการศึกษาการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง สรุปได้ว่าการปรับตัวเพื่อให้เกิดความอยู่รอดนั้น จากแนวคิดการปรับตัวกล่าวว่าการปรับตัวเป็นการแก้ไข ปรับปรุงความคับข้องใจ ด้วยการแสวงหาวิถีทางในการตอบสนองความต้องการของตนเองทั้งการปรับตัวทางภายนอกและภายในร่างกาย ให้สามารถปรับตัวได้ดีต่อสภาวะแวดล้อมในชีวิต รวมทั้งการตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม ซึ่งบริบทดังกล่าวนี้เมื่อมองในภาพรวมแล้วสิ่งที่จะต้องทำการปรับเปลี่ยนคือ การปรับตัวของชุมชนในรูปแบบใหม่เพื่อให้เกิดความอยู่รอด ซึ่งเมื่อเกิดสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบต่อชุมชนนั้น ชุมชนที่เข้มแข็งจะช่วยให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและเข้าใจสภาพที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ได้และช่วยให้เห็นรูปแบบของชุมชนที่มีความหลากหลาย โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อมโยงเครือข่ายของผู้คนเข้าด้วยกันด้วยความที่มีวัตถุประสงค์และความสนใจร่วมกัน หรือเป็นศูนย์การสื่อสารที่ทำให้ผู้คนที่ผ่านเข้ามาในเครือข่ายได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ร่วมกันโดยความร่วมมือทางเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงในระดับต่าง ๆ หลายระดับ และหากมองในบริบทที่มีความสัมพันธ์กันด้านต่าง ๆ การปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังยุคโควิด-19 ของคนในชุมชนเมือง นั้นต้องมีการปรับตัวในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ คนในชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้เงิน การหาอาชีพใหม่ที่เหมาะสม การฝึกทักษะการประกอบอาชีพ การประกอบอาชีพในระยะสั้น การหารายได้จากสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ ในชุมชนต้องวางแผนการใช้เงินการบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน และการทำบัญชีครัวเรือนอีกด้วย ด้านสังคม สังคม ต้องอาศัยความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการสำคัญ ๆ ที่รัฐกำหนด ส่งเสริมให้คนในสังคมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐจัดสรรให้ร่วมกันพัฒนาชุมชนร่วมกัน เพื่อให้ทุกคนรับรู้และร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ด้านสุขภาพ ทุกคนในสังคมมีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพ มีพฤติกรรมสุขภาพที่เปลี่ยนไป เช่น การหมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่ หรือแอลกอฮอล์เจล การสวมหน้ากากเป็นประจำ เฝ้าระวังสุขภาพ ระมัดระวังสัมผัสใกล้ชิด หรือเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ งดกิจกรรมที่มีคนจำนวนมาก ๆ การเว้นระยะห่าง มีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันตนเอง ดูแลสุขภาพกาย และดูแลสุขภาพจิตของตนเอง ด้านสิ่งแวดล้อม การปรับตัวเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและการกำจัดอย่างไม่มีประสิทธิภาพ การกำจัดและแยกขยะอินทรีย์ในครัวเรือน และอุปกรณ์ป้องกันไวรัส อย่างเหมาะสม ปริมาณขยะในครัวเรือนส่วนใหญ่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย กล่องอาหาร ถุงใส่น้ำจิ้ม ซ้อนพลาสติก ส้อมพลาสติก ถุงใส่ช้อนส้อม

ถุงน้ำซุ๊ป และถุงพลาสติกหิ้วสำหรับใส่อาหารทั้งหมด ทั้งนี้ในชุมชนต้องมีมาตรการในการจัดขยะอย่างถูกต้อง ด้านการใช้เทคโนโลยี คนในชุมชนเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ที่ทันสมัยมากขึ้น มีการเรียนรู้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อเทคโนโลยีมากขึ้น เรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเอง การขอคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์สื่อสาร ประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ด้านการเงิน คนในชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง คิดก่อนใช้ หรือเลือกซื้อเฉพาะที่จำเป็น คิดให้รอบคอบก่อนใช้จ่าย การบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน การทำบัญชีครัวเรือน การนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการบริหารเงินในชีวิตประจำวัน ต้องมีการวางแผนการเงินสำรองฉุกเฉิน เพื่อใช้ในยามจำเป็น ด้านการศึกษา ควรส่งเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ให้กับผู้เรียน มีความยืดหยุ่นให้กับผู้เรียน คำนึงถึงความอิสระในการหาวิธีจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละแห่ง ผู้เรียนต้องพร้อมทั้งอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน หรือหุฟัง แต่ควรเลือกให้พอใช้งานได้ก็เพียงพอ โดยสถานศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนในส่วนที่จำเป็น ทั้งนี้ในการกำหนดแนวปฏิบัติตามมาตรการสำคัญที่กำหนด ตามมาตรการของสาธารณสุข การรวมตัวเพื่อช่วยเหลือกันในชุมชน การรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือผู้ติดเชื้อ และกำหนดมาตรการเฝ้าระวัง ให้ความช่วยเหลือกัน การมีส่วนร่วมให้ทุกคนในชุมชนร่วมกันดูแลซึ่งกันและกัน

เอกสารอ้างอิง (References)

- ชูทิพย์ ปานปรีชา. (2558). วิสัยทัศน์ในปัญหาสุขภาพจิตของสังคมไทยในช่วงแผนพัฒนา
ฉบับที่ 8. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- มัลลวীর อดุลวัฒน์ศิริและวริศรา ศรีสวัสดิ์. (2558). ปัญหาการปรับตัวและวิถีแก้ไขของ
นักเรียนประถมศึกษา. (ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น:
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ละออ หุตากร. (2555). การปรับตัวของมนุษย์หลักพื้นฐานเพื่อการพยาบาลชีวิตสังคม.
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา.
- ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร และทัศนาก ทอภักดี. (2553). รายงานการวิจัยสถาบันวิจัยพฤติกรรม
ศาสตร์. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศุภลักษณ์ จารุรัตน์และคณะ. (2562). การปรับตัวและสุขภาพจิต: จิตวิทยาเบื้องต้น. ขอนแก่น
ฯ:

มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุภัททา ปิณฑะแพทย์. (2562). จิตวิทยาทั่วไป: แนวคิดและทฤษฎีขั้นมูลฐานและการ
ประยุกต์. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

Coleman E.. (1981). **The developmental stages of the coming out process**,
Journal of Homosexuality.

O'Brien M.J., Holland T.D.. (1992). *The role of adaptation in archaeological
explanation. Cambridge University Press.*

<https://doi.org/10.2307/2694834>

Rensch Bernard. (1960). **Evolution above the Species Level**. New York: Columbia
University Press.

Schuler, D. (1996). **New Community Networks – Wired for Change**. New York:

Winterholder, Bruce. (1980). **Hominid Paleoecology: The Competitive
Exclusion Principle and Determinants of Niche Relationships.**

YEARBOOK OF PHYSICAL ANTHROPOLOGY 23:43-6~3(1980)

ชีวิตวิถีใหม่กับการปรับตัวของคนในชุมชนเมืองจากการเปลี่ยนแปลงทาง
เศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) กรณีศึกษาชุมชนเขตดุสิต
New Normal and the Adjustment of People in Urban Area
from Economic and Social Change (After the Covid-19 Era)
A Case Study of Communities in Dusit District

มณี จิรโชติมงคลกุล, วิจิตรา ศรีสอน

Manee Chirachotmongkhonkun¹, Wijittra Srisorn²

Received: September 26, 2023, revised: October 26, 2023, Accepted: February 27, 2024

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) ของคนในชุมชนเมือง 2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของคนชุมชนเมืองต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) และ 3. นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของชุมชนเมือง (หลังยุคโควิด-19) ที่เหมาะสมกับสถานะ “ปกติใหม่หรือวิถีชีวิตแบบใหม่” ในปัจจุบันสามารถนำไปสู่การสร้าง ความเข้มแข็งให้กับชุมชนเมืองใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นชุมชนในเขตดุสิต ประกอบด้วย 5 แขวง 46 ชุมชน 1) แขวงถนนนครไชยศรี 2) แขวงสี่แยกมหานาค 3) แขวงวชิรพยาบาล 4) แขวงดุสิต 5) แขวงสวนจิตรลดา ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำ

¹รัฐศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Master of Political Science Program (Politics and Government) College of Politics and Governance Suan Sunandha Rajabhat University. Corresponding

E-mail s63463825037@ssru.ac.th

² วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา College of Politics and Governance Suan Sunandha Rajabhat University. wijittra.sr@ssru.ac.th

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างจิตสำนึกการไม่กระทำความผิดตาม
พระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 กรณีศึกษาเฉพาะสำนักงาน
สรรพสามิต พื้นที่เชียงใหม่

Factors Affecting the Creation of Awareness of Non-offences
Under the Excise Act 2017: A Case Study of the Excise
Office in Chiang Mai Area

พิทักษ์ ศรีศิริ¹ และ พรรณรักษ์ ขันทะสีมา²

Pitak Srisin¹ and Phannarak Khataseema²

Received: November 26 2023 Revised: December 11 2023 Accepted:

February 27 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการสร้างจิตสำนึก และ พฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิด 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่ กระทำความผิด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม บุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงาน สรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

¹ นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Master of Public Administration Program Southeast Asia University. Email:
pitak_s@excise.go.th

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Master of Public Administration Program Southeast Asia University. Email:
Phannarakk@sau.ac.th

กลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ณ ศูนย์การค้า
เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

Strategies that affect success in operating a clothing business
at a shopping center The Platinum Fashion Mall Bangkok

จันทกานต์ ชญาชัยวิวัฒน์¹ และพนธ์ พุทธานุกรณ์²

Jantakan Chadachaiwiwat¹ and Pon Putthanukorn²

Received: November,26 2023 Revised: December,11 2023. Accepted:

February 26 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร 2) วิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ปัจจัยกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะ

¹ นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Master of Public Administration Program Southeast Asia University. Email:
Bovybless@gmail.com

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Master of Public Administration Program Southeast Asia University. Email:
pontpo@gmail.com

แพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 343 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติทดสอบ ที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก และ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจ อยู่ในระดับมาก สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยเพศ และ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ปัจจัยกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผู้นำ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ทางการตลาด และ กล ยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ของ ผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ธุรกิจเสื้อผ้า

Abstract

The purpose of this research was to study 1) Business strategies and business success of entrepreneurs' clothing businesses at The Platinum Fashion Mall, Bangkok. 2) To analyze the business success of entrepreneur's clothing businesses at The Platinum Fashion Mall, Bangkok classified by personal factors, and 3) The business strategic factors affect the business success of entrepreneur's clothing businesses at The Platinum Fashion Mall, Bangkok classified by personal factors. The instrument collect data was questionnaires. The sample was 343 entrepreneurs at The Platinum Fashion Mall, Bangkok. The statistical used analyzed the data were independent sample t-tests, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The results of the study revealed that most respondents had opinion about business strategies at a high level and the business success was at a high level. The hypothesis testing found that gender and education factors did different significant the business success at the 0.05 level of statistical. And the business strategies factors; Leadership strategies, the different strategies, Marketing strategies and focused differentiation did different the business success with significant statistical at 0.05 level. And found that the business strategic factors; leadership strategy, differentiation strategy, marketing strategy, and customer focused strategy, had a statistically significant impact on the success of clothing businesses of entrepreneurs at The Platinum Fashion Mall, Bangkok, at the 0.05 level.

Keywords: Business strategies, business success, clothing business

บทนำ

เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ เป็นเพียงหนึ่งในธุรกิจของบริษัท เดอะแพลทินัม กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีรายได้มาจาก 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ (1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า (2) ธุรกิจโรงแรมโนโวเทล กรุงเทพ แพลทินัม ประตูน้ำ และ (3) ธุรกิจจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า แต่ชื่อเสียงของแพลทินัมจะรู้จักกันในฐานะของศูนย์การค้าแฟชั่นค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นขนาดใหญ่ อยู่ใจกลางเมืองย่านประตูน้ำ ถือเป็นย่านธุรกิจใจกลางเมืองที่หนึ่งที่มีร้านค้าส่งมากมายผู้ประกอบการมีการนำเสื้อผ้ามาจำหน่ายทั้งราคาปลีกและราคาส่งเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและดึงดูดผู้บริโภคให้มาซื้อเสื้อผ้า โดยที่ผ่านมาศูนย์แฟชั่นค้าส่งเดอะแพลทินัมแฟชั่นมอลล์ ก่อนการระบาดของโควิด 19 มีรายได้รวมอยู่ที่ 2,117 ล้านบาท คิดเป็นกำไร 785 ล้านบาท (ธนากาญจน์ ดวงใน, 2559)

ร้านค้าส่งภายในศูนย์การค้าแพลทินัมที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด และผลกระทบจากการปิดตัวลงชั่วคราวของศูนย์การค้า ทำให้ต้องมีการปรับตัวในการเอาตัวรอดต่อการดำเนินกิจการผ่านการใช้ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาช่วยในการขายสินค้า เพื่อให้มีกระแสเงินสดเข้ามาไหลเข้าอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อทางศูนย์การค้าหยุดการให้บริการอีกครั้ง จำนวนกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าที่เข้ามาเดินภายในเดอะ แพลทินัม ยังคงไม่สามารถช่วยให้ร้านค้าส่งภายในศูนย์การค้าฯ สามารถกลับมาฟื้นตัวได้อีกครั้ง (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) โดยเมื่อสำรวจพบว่า ในการปรับตัวของผู้ประกอบการไปสู่การค้าออนไลน์ทำได้ยาก เพราะปัจจุบัน ผู้ประกอบการมียอดขายสินค้าเช่าที่ที่สูง มีความจำเป็นต้องมีหน้าร้านเพื่อขายให้กับชาวต่างชาติและคนไทยที่มุ่งหน้าตรงเข้ามาเลือกซื้อสินค้า เพราะการเลือกซื้อเสื้อผ้าจำเป็นต้องเข้ามาสัมผัสเนื้อผ้า ดูแบบ และลองสวมใส่ ส่วนการขายออนไลน์เป็นช่องทางเสริมแต่ยังคงใช้หน้าร้านในการแพคและส่งสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการก็ต้องดิ้นรนไปขายสินค้าอื่นเพิ่มเติมเพื่อประกอบให้ธุรกิจของตนเองอยู่รอด ถึงแม้รายได้จะยังไม่สามารถกลับมาได้เท่าเดิม (นรินทร์ ตันไพบูลย์, 2564)

นอกเหนือจากรายได้ที่หายไปจากโรคระบาดแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่เป็นที่ท้าทายของกลุ่มผู้ประกอบการภายในห้างเดอะ แพลทินัม แฟชั่น มอลล์ คือ การขายเสื้อผ้าออนไลน์ของกลุ่มผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่ไม่ต้องใช้หน้าร้าน ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ร้านค้า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมกระทบต่อผู้เล่นรายเดิมในภาคการค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้บางธุรกิจอาจต้องออกจากตลาดไป ขณะที่บางธุรกิจต้องเร่งปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ซึ่งวิธีการปรับตัวอาจแตกต่างกันไปตามลักษณะหรือความเหมาะสมของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการชูจุดเด่นผ่านการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ เนื้อผ้า เสื้อผ้า รูปแบบที่ทางออนไลน์ไม่มี หรือสู้ไม่ได้เรื่องราคาในการต่อรองกรณีเข้ามาซื้อสินค้าจำนวนชิ้นที่เยอะ สถานที่การจัดจำหน่ายที่ตั้งอยู่ ณ ใจกลางเมือง สะดวกสบายต่อการเข้าถึง และการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันระหว่างลูกค้าและผู้ประกอบการ รวมถึงเรื่องของโปรโมชั่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการลดราคาเสื้อผ้า การได้ทดลองสินค้าก่อนการซื้อ หรือการแถมสินค้าในกรณีซื้อจำนวน

ละมาก ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญต่อการทำตลาดในปัจจุบัน (กันติทัต หอทอง, 2563)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านแบบดั้งเดิมจะสร้างประสบการณ์การได้รับรู้คุณภาพของสินค้า ได้สัมผัสสินค้า ได้ทดลองสินค้า ตลอดจนการได้รับการคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งช่องทางออนไลน์ยังไม่สามารถทดแทนได้ แต่ในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวก รวดเร็ว การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ก็ย่อมมีความได้เปรียบมากกว่า หรืออาจกล่าวได้ว่าในปัจจุบันอำนาจการต่อรองถูกย้ายมาอยู่ทางฝั่งผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ผ่านการเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยคำนึงถึงระดับราคา ความสะดวกและความพึงพอใจเป็นสำคัญ ส่งผลให้การแข่งขันเพื่อแย่งกลุ่มลูกค้าในภาคการค้าเข้มข้นขึ้น และนำมาสู่ความผูกพันต่อยี่ห้อสินค้าที่ลดลง ทั้งนี้หากพิจารณาข้อมูลการเติบโตของยอดขายระหว่างผู้ประกอบการในตลาดออฟไลน์เทียบกับออนไลน์ พบว่า ผลประกอบการของผู้ขายออนไลน์ขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าเกือบ 3 เท่าตัว ซึ่งสะท้อนว่าการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางการขายที่มีประสิทธิภาพสูง (อรดา รัตนนัท และคณะ, 2564)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญ และมีความสนใจที่จะวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร” เพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้มาพัฒนากลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ โดยผลจากการศึกษา จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการเสื้อผ้าในศูนย์การค้าแพลทินัมมอลล์ เขตกรุงเทพมหานคร และสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการและใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาเพื่อสามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจ ในอนาคตต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

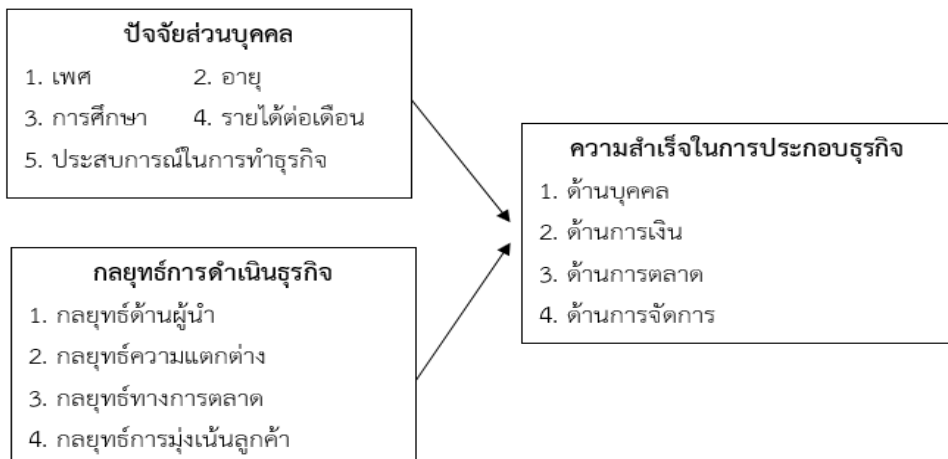
1. ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ที่ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยกลยุทธ์ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 2,365 ร้านค้า (ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 343 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) และได้ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ขอบเขตด้านเนื้อหา

โดยใช้แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) แนวคิดการจัดการตลาดและกลยุทธ์การตลาด รวมถึงเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้ใช้พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยเป็นการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยนี้เริ่มทำการศึกษาในช่วงเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้นจากการวิจัย ทฤษฎี แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยที่ข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัยและแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้คำถามแบบเลือกตอบ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้าเดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามชุดนี้ผ่านการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือโดยวิธีการวัดดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้ของค่าดัชนีความสอดคล้องควรเท่ากับหรือมากกว่า 0.67 ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 หลังจากนั้นมาทดสอบความเชื่อมั่นของ

แบบสอบถาม (Reliability) จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient; α) โดยผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 แสดงว่า แบบสอบถามฉบับนี้มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามพร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดให้แก่ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร ด้วยแบบสอบถามจำนวน 343 ชุด
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามพบว่าแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมามีความสมบูรณ์ครบถ้วนทั้ง 343 ชุด จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมากำกับการลงรหัสแบบสอบถามในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยและนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ทางสถิติ ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (arithmetic mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (inference statistics) เพื่อการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.7 อายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 150,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 68.2 และมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 41.1 โดยผลที่ได้จากการศึกษามีดังนี้

1. การวิเคราะห์กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาดังนี้

1.1 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น		แปลความ	อันดับ
	\bar{X}	S.D.		
1. กลยุทธ์ด้านผู้นำ	3.59	0.614	มาก	3
2. กลยุทธ์ความแตกต่าง	3.53	0.651	มาก	4
3. กลยุทธ์ทางการตลาด	3.61	0.643	มาก	2
4. กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า	3.69	0.688	มาก	1
รวม	3.60	0.546	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.60, S.D. = 0.546) เมื่อจำแนกเป็นรายกลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{X} = 3.69, S.D. = 0.688) รองลงมาคือ กลยุทธ์ทางการตลาด (\bar{X} = 3.61, S.D. = 0.643) ต่อมาคือกลยุทธ์ด้านผู้นำ (\bar{X} = 3.59, S.D. = 0.614) และ กลยุทธ์ความแตกต่าง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด (\bar{X} = 3.53, S.D. = 0.651) ตามลำดับ

1.2 ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยภาพรวม

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น		แปลความ	อันดับ
	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านบุคคล	3.77	0.683	มาก	1
2. ด้านการเงิน	3.73	0.682	มาก	3
3. ด้านการตลาด	3.69	0.712	มาก	4
4. ด้านการจัดการ	3.76	0.686	มาก	2
รวม	3.74	0.611	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.611) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ในด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{X} = 3.77, S.D. = 0.683) รองลงมาคือ ในด้านการจัดการ (\bar{X} = 3.76, S.D. = 0.686) ต่อมาคือในด้านการเงิน (\bar{X} = 3.73, S.D. = 0.682) และ ในด้านการตลาด มีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุด (\bar{X} = 3.69, S.D. = 0.712) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ที่ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ

ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคลคือ เพศ

เพศ	\bar{X}	SD	T-test	Sig.
ชาย	4.338	0.583	0.329	0.040*
หญิง	4.317	0.534		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้าน
เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ
ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ผู้ประกอบการเพศชาย ความสำเร็จในการ
ประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามากกว่าผู้ประกอบการเพศหญิง

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า
ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

ปัจจัยส่วนบุคคล		\bar{X}	SD	F-test	
อายุ	21-30 ปี	4.185	0.529	1.420	0.000
	31-40 ปี	4.249	0.469		
	41-50 ปี	4.298	0.549		
	มากกว่า 50 ปี	4.382	0.597		
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.234	0.455	1.753	0.000
	ปริญญาตรี	4.375	0.577		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.303	0.567		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	4.337	0.520	0.796	0.000
	50,001 - 150,000 บาท	4.397	0.546		
	มากกว่า 150,000 บาท ขึ้นไป	4.302	0.559		

ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี	4.473	0.500	0.678	0
	3 - 5 ปี	4.327	0.654		
	6 - 10 ปี	4.289	0.481		
	10 ปี ขึ้นไป	4.328	0.553		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า พบว่า มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่น ๆ ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.234	4.375	4.303
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.234	-	0.071 (-0.141)	0.419 (-0.0.69)*
ปริญญาตรี	4.375		-	0.303 (0.072)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.303			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประสบ

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยกลยุทธ์ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.error	Beta		
ค่าคงที่	0.807	0.152		5.320	0.000
1. กลยุทธ์ด้านผู้นำ (X_1)	0.212	0.050	0.213	4.278	0.000
2. กลยุทธ์ความแตกต่าง (X_2)	0.097	0.048	0.103	2.002	0.069
3. กลยุทธ์ทางการตลาด (X_3)	0.204	0.051	0.215	4.016	0.000
4. กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า (X_4)	0.296	0.050	0.334	5.919	0.000
R = 0.738		R ² = 0.545		Sig = 0.000*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยกลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผู้นำ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื่อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ($R = 0.738$) และสามารถพยากรณ์ได้ถึงความน่าเชื่อถือร้อยละ 54.50 ($R^2 =$

0.545) ส่วนอีกร้อยละ 55.50 คือ ปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งสามารถแสดงสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.807 + 0.212(X_1)^* + 0.097(X_2)^* + 0.204(X_3)^* + 0.296(X_4)^*$$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.60$, S.D.=0.546) และพบว่า มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.74$, S.D. = 0.611) เป็นเพราะว่า หากผู้ประกอบการมีการเชื่อมโยงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ คือ กลยุทธ์ด้านผู้นำ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า อย่างเป็นระบบ จะทำให้ผู้ประกอบการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจเสื้อผ้า ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าได้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพ โดยผลการศึกษาที่ค้นพบมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์ (2564) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์สู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสำเร็จของการประกอบธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญศักดิ์ เกิดสุข (2565) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการธุรกิจสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการจัดการ ธุรกิจ กลยุทธ์การจัดการธุรกิจ และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (SMEs) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยเพศ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการเพศชาย อาจให้ความสนทนสนมในการให้บริการ แสดงถึงความไว้วางใจในการให้บริการ และสามารถอธิบาย ตอบข้อซักถามต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี ประกอบการกับผู้ที่มาซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ ผู้ประกอบการเพศชายจึงมีโอกาสนประสบความสำเร็จได้มากกว่าผู้ประกอบการเพศหญิง ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า สูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่าสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้มาซื้อสินค้าได้มีประสิทธิภาพสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาดำว่า โดยผลการศึกษาที่ค้นพบมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา (2560) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศและระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผู้นำ กลยุทธ์ความแตกต่าง กลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสมการสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น

มอลล์ กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 54.50 ($R^2 = 0.545$) อาจเป็นเพราะ การวางแผนกลยุทธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพจะช่วยพัฒนาศักยภาพและสร้างการเติบโตของยอดขายที่ดีได้ และส่งผลการเติบโตและความสำเร็จดังที่ผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้ โดยผลการศึกษาที่ค้นพบมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์สู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกความสำเร็จของธุรกิจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ อิวานเซวิช (Ivancevich, 2007 : 44) ให้ความหมายกลยุทธ์ว่า เป็นตัวชี้วัดการบริหาร ขององค์การเพื่อบรรลุผลลัพธ์ในระยะยาวในฐานะที่เป็นแผนจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรขององค์การ ท่ามกลางการแข่งขัน รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของ พอร์ตเตอร์ ไมเคิล (Porter Michael E., 1980) กล่าวว่า ได้กล่าวถึงการกำหนดกลยุทธ์ การแข่งขันเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ความรุนแรงทางการแข่งขันในตลาดรวมถึงการประเมิน สภาพการแข่งขันในตลาดรวมถึงการประเมินสภาพการแข่งขันของธุรกิจว่าอยู่ในสถานะ ผู้นำหรือผู้ท้าทาย ผู้ตาม หรือผู้เจาะตลาดส่วนเล็ก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. กลยุทธ์ด้านผู้นำ ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่ดีกว่าร้านค้าคู่แข่ง และควรปรับปรุงราคาให้สามารถแข่งกับคู่แข่งในทำเลใกล้เคียงได้
2. กลยุทธ์ความแตกต่าง ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าสามารถไว้วางใจและเชื่อถือได้ในระยะยาว และควรจัดให้มีของแถม หรือมีการสะสมแต้มแลกของรางวัล

3. กลยุทธ์ทางการตลาด ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นให้มีการจำหน่ายสินค้าหลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น และควรมีการมอบส่วนลดให้แก่ลูกค้าที่มาซื้อเป็นประจำ

4. กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้า ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้ทันเวลา และควรปรับปรุงให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาโดยศึกษาข้อมูลเชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยสภาพแวดล้อม หรือ พฤติกรรมผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้า ณ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ กรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

- กันติทัต หอทอง. (2563). IMC การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ใช้ประโยชน์จาก Promotion ใน 7Ps ให้เกิดประโยชน์สูงสุด. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2566 จากแหล่งที่มา
<https://adaddicth.com/knowledge/IMC-Integrated-Marketing-Communication>
- ชาญศักดิ์ เกิดสุข. (2565). กลยุทธ์การจัดการธุรกิจสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสถาบันพัฒนาการเรียนรู้ศาสตร์สมัยใหม่ ปีที่ 7 ฉบับที่ 7 ประจำเดือนสิงหาคม 2565, 169-187.
- ธนากาญจน์ ดวงโน, (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในศูนย์แฟชั่นค้าส่งเดอะแพลทินัม แฟชั่นมอลล์. การ

ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นรินทร์ ตันไพบูลย์. (2564). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2564-2566: ธุรกิจ
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2566 จากแหล่งที่มา
[https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/io-modern-trade-21)
[outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/io-modern-trade-21](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/io-modern-trade-21)

ผู้จัดการออนไลน์. (2563). ต่อชีวิตร้านค้าสู้ COVID-19 ค้าปลีกงดค่าเช่าช่วงปิด
ชั่วคราว เร่งหามาตรการอื่นเสริม. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2566
จากแหล่งที่มา [https://mgronline.com/](https://mgronline.com/business/detail/9630000031979)
[business/detail/9630000031979](https://mgronline.com/business/detail/9630000031979)

พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์. (2564). กลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์สู่ความสำเร็จของ
การประกอบธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SME) ภาคตะวันออกเฉยงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎี
บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล. มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.

ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์. (2566). ข้อมูลทั่วไปของศูนย์การค้า เดอะ
แพลทินัม มอลล์. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การค้า เดอะแพลทินัม มอลล์.

สวลี วงศ์ไชยา. (2560). อิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่
ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์.
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

รุจเรขา วิทยายุทธพิบูล. (2553). การพัฒนาแบบจำลองเครือข่ายทางสังคมเพื่อเพิ่ม
ผลผลิตงานวิจัยของอาจารย์ใน มหาวิทยาลัยวิจัยไทย. วารสารวิจัย สมาคมห
องสมุดแห่งประเทศไทยฯ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ม.ค. – มิ.ย. 2558, 8(1), 1-21.

อรดา รัชตานนท์ และคณะ. (2564). ผลกระทบจากธุรกิจ e-commerce ต่อ
ผู้ประกอบการท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย

Ivancevich, J. M. (2007). **Human Resource Management (11thed.)**. New York: McGraw-Hill Irwin.

Porter, Michael E., (1980). **Competitive Strategic Technique for Analyzing Industrial and Competitors**. The Five Force. Free Press. New York.

Taro Yamane. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. New York: New York: Harper. & Row.

จำนวน 384 คน ตามแนวคิดของ Cochran et al., (1953) และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น และใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ t-test F-test และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเอ็นเทอร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก และปัจจัยพฤติกรรมการไม่กระทำความผิด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 และ 4.09 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.743 และ 0.524 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ วุฒิ การศึกษา และอาชีพ ส่งผลต่อพฤติกรรมการไม่กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ในสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก ประกอบด้วย ด้านเกี่ยวกับตนเอง ด้านเกี่ยวกับผู้อื่น ด้านเกี่ยวกับสังคม และด้านการเรียนรู้ มีผลต่อการไม่กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ในสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าพยากรณ์อยู่ที่ 0.442 หรือร้อยละ 44.20

คำสำคัญ: การสร้างจิตสำนึก พฤติกรรมไม่กระทำความผิด สำนักงานสรรพสามิต เชียงใหม่

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) the level of raising awareness and behavior of individuals towards non-offense, 2) to compare individual non-offensive behavior with classified by personal factors, and 3) factors affecting a person's behavior towards non-committing an offense according to the Excise Act B.E. 2560 of the Excise Office of Chiang Mai Area. This research utilizes a quantitative method and research instrument is a questionnaire. The data were collected from a sample of 384 people

in Chiang Mai province based on the concept of Cochran et al. (1953). The probability sampling method and simple random sampling were used. Statistics used in research include frequency, percentage, average, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis.

The results of the research showed that: 1) factors of raising awareness and factors of non-offending behavior were at a high level with an average of 3.81 and 4.09 and standard deviations of 0.743 and 0.524, 2) personal factors in terms of age, status, education, and occupation had an effect on the non-offense behavior under the Excise Act B.E. 2560 (2017) in the Excise Office in Chiang Mai area at the statistically significant level of 0.05, and 3) the raising awareness factors; self-consciousness, other people's consciousness, social consciousness and learning consciousness aspects affect non-offenses under the Excise Act B.E. 2560 (2017) in Chiang Mai Excise Office with statistical significance of 0.05 and a forecast value of 0.442 or 44.20 percent.

Keywords: Raising awareness, non-offensive behavior, Chiang Mai Excise Office

บทนำ

เชียงใหม่ แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของไทย ที่ปัจจุบันประสบปัญหาการกระทำผิดเกี่ยวกับภาษีสรรพสามิตตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 เพิ่มมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งความผิดเหล่านี้รวมถึงการผลิต การกระจาย และการขายสินค้าอย่างผิดกฎหมาย เช่น แอลกอฮอล์ ยาสูบ และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมต่าง ๆ (กรมสรรพสามิต, 2560) จากการที่ประชาชนภายในพื้นที่ได้ผลิตและจำหน่ายกันเอง และจากบุคคลต่างพื้นที่ รวมถึงชาวต่างชาติที่ลักลอบนำเข้าสินค้ามาขายโดยผ่านช่องทาง

ต่าง ๆ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่จึงมีบทบาทสำคัญในการป้องกันการกระทำ ความผิดเหล่านี้ และดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายสรรพสามิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อ ป้องกันการกระทำ ความผิดด้านสรรพสามิตของประชาชนภายในพื้นที่เชียงใหม่ ด้วย วิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ให้กับภาคประชาชนที่อาจไม่มีความรู้ มากพอให้หยุดกระทำความผิด พร้อมทั้งส่งเสริมวิธีการยื่นภาษีและการดำเนินการตาม พ.ร.บ. สรรพสามิตอย่างถูกต้องต่อไป (วรัญญา ถิ่นสำราญ, 2562)

สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีหน้าที่บังคับใช้กฎหมายและ ระเบียบสรรพสามิต ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบการผลิต การกระจาย และการขายสินค้า ที่ต้องเสียภาษี เช่น แอลกอฮอล์ ยาสูบ และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม อีกทั้งยังดำเนินการ ตรวจสอบธุรกิจและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายสินค้าเหล่านี้เป็นประจำ เพื่อให้แน่ใจว่าจะปฏิบัติตามกฎหมายสรรพสามิต นอกจากนี้ทางสำนักงานสรรพสามิต ยังมีหน้าที่รับผิดชอบในการสืบสวนและดำเนินคดีกับบุคคลและธุรกิจที่พบว่ามีส่วน เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดด้านสรรพสามิต (สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่, 2560) โดยในปัจจุบันสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ได้ดำเนินกลยุทธ์ หลายประการเพื่อต่อสู้และป้องกันการกระทำความผิดด้านสรรพสามิตในภูมิภาค ซึ่ง หนึ่งในกลยุทธ์ที่นำมาปฏิบัติในปัจจุบัน คือ การใช้เทคโนโลยีและระบบ AI ตรวจสอบ เช่น ระบบตรวจสอบทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อติดตามการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้า ไปจนถึงกระบวนการผ่านการชำระภาษีสรรพสามิต หรือการเปิดให้ยื่นแบบชำระภาษี ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อให้ง่ายขึ้นสำหรับภาคประชาชนและ บุคคลที่ต้องการนำเข้าสินค้ามาอย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยทางสำนักงานสรรพสามิตยัง ดำเนินการตรวจสอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายสินค้าเป็นประจำเพื่อให้ มั่นใจว่าเป็นไปตามกฎหมายสรรพสามิต นอกจากการตรวจสอบกับทางบริษัทต่าง ๆ แล้วยังทำงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายอื่น ๆ เช่น ตำรวจและ ศุลกากร เพื่อตรวจจับและป้องกันการกระทำความผิดด้านสรรพสามิตไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ดำเนินการโดยสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ประสบ

ความสำเร็จในการป้องกันการกระทำผิดกฎหมายด้านสรรพสามิตในจังหวัดเชียงใหม่ (กรมสรรพสามิต, 2563)

อย่างไรก็ตามในการกระทำความผิดของภาคประชาชนและบุคคล หน่วยงาน บริษัทต่าง ๆ ยังพบว่ามีลักลอบนำเข้า ผลิต และส่งออกอย่างผิดกฎหมายอยู่เป็นจำนวนมาก สืบเนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่สันเขา มีช่องทางการลักลอบอยู่มากมาย อีกทั้งยังมีพื้นที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างพม่าและลาว ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการลักลอบนำเข้าและส่งออก โดยหลาย ๆ พื้นที่เป็นพื้นที่ที่ยากต่อการเข้าถึงของทางเจ้าหน้าที่ (Huaykapi, 2022) ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการส่งเจ้าหน้าที่กรมสรรพสามิตเข้าไปให้ความรู้และรณรงค์ให้เห็นถึงผลลัพธ์จากการที่ไม่นำสินค้าผ่านกระบวนการสรรพสามิตทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการลักลอบนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ผิดกฎหมายผ่านผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หรือบุคคลที่ชาวบ้านเคารพนับถือช่วยกระจายข่าวสาร ว่าสินค้าที่ผ่านการลักลอบอาจเป็นสินค้าที่ไม่มีคุณภาพตรงตามที่ระบุหรือการได้สินค้าที่อาจจะส่งผลกระทบต่อชีวิตหากใช้ในระยะเวลาที่ยาวนาน ซึ่งการให้ความรู้และรณรงค์ผ่านการประชาสัมพันธ์เหล่านี้ถือเป็นหนึ่งในภารกิจในการแจ้งให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับความผิดทางภาษีสรรพสามิตและความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎหมายสรรพสามิตด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนไม่กระทำความผิดแล้ว สิ่งสำคัญของทางกรมสรรพสามิตที่ควรต้องสร้าง คือ การปลูกจิตสำนึกให้เกิดขึ้นกับประชาชนไปพร้อม ๆ กับการให้ความรู้ และการรณรงค์ในเรื่องของการไม่กระทำความผิดกฎหมาย พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ว่าหากตนเองได้กระทำความผิดไปจะส่งผลกระทบต่อตนเอง ต่อครอบครัว ชุมชน และสังคมอย่างไร โดยสำหรับการสร้างจิตสำนึกที่ดีนั้นสามารถสร้างได้ผ่านการเรียนรู้ในสิ่งที่ถูกต้อง การให้ประชาชนได้ถึงตัวกฎหมาย พ.ร.บ. สรรพสามิตได้มากขึ้น ง่ายขึ้น รู้จักความผิดในสิ่งที่ตนเองกระทำ และผลลัพธ์ที่จะได้จากความผิดที่ทำลงไป การสร้างทัศนคติต่อการกระทำความผิดว่าเป็นสิ่งไม่ดีผ่านการส่งต่อความคิดจากรุ่นสู่รุ่น และการบ่มเพาะจากผู้ที่ประชาชนให้ความเคารพนับถือเป็นระยะเวลายาวนานไม่ว่าจะเป็นผู้ใหญ่บ้าน หรือการประชาสัมพันธ์จาก

หน่วยงานรัฐ ล้วนส่งผลต่อการสร้างการปลูกจิตสำนึกที่ดีได้ (สุกิจ ชัยมุขสิข และคณะ 2561)

จากข้อความข้างต้น สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่มีบทบาทสำคัญในการป้องกันและปราบปรามผู้กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต 2560 และการส่งเสริมการให้ความรู้กับภาคประชาชนภายในจังหวัดเชียงใหม่ต่อผลที่จะเกิดขึ้นในกรณีที่มีการลักลอบนำเข้าส่งออกสินค้าที่นอกเหนือจากผิดกฎหมายแล้ว ยังเป็นเรื่องของชีวิตและทรัพย์สิน อันจะส่งผลเสียต่อผู้ที่กระทำความผิดและบุคคลรอบข้างได้ ทางผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างจิตสำนึกต่อประชาชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเสริมสร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ให้เกิดความรับผิดชอบต่อส่วนรวม มีคุณธรรมจริยธรรม เห็นต่อผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศชาติ ซึ่งถ้าได้เสริมสร้างจิตสำนึกในการไม่กระทำความผิดแล้ว จะส่งผลให้คนในสังคมไม่เอา راحتเอาเปรียบผู้อื่น รู้จักเคารพกฎหมาย จึงได้จัดทำงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างจิตสำนึกการไม่กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 กรณีศึกษาเฉพาะสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่” ขึ้น เพื่อศึกษาถึงสาเหตุของการกระทำความผิด ตาม พรบ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และวิธีการแก้ไขปัญหาเพื่อลดการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสร้างจิตสำนึก และพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

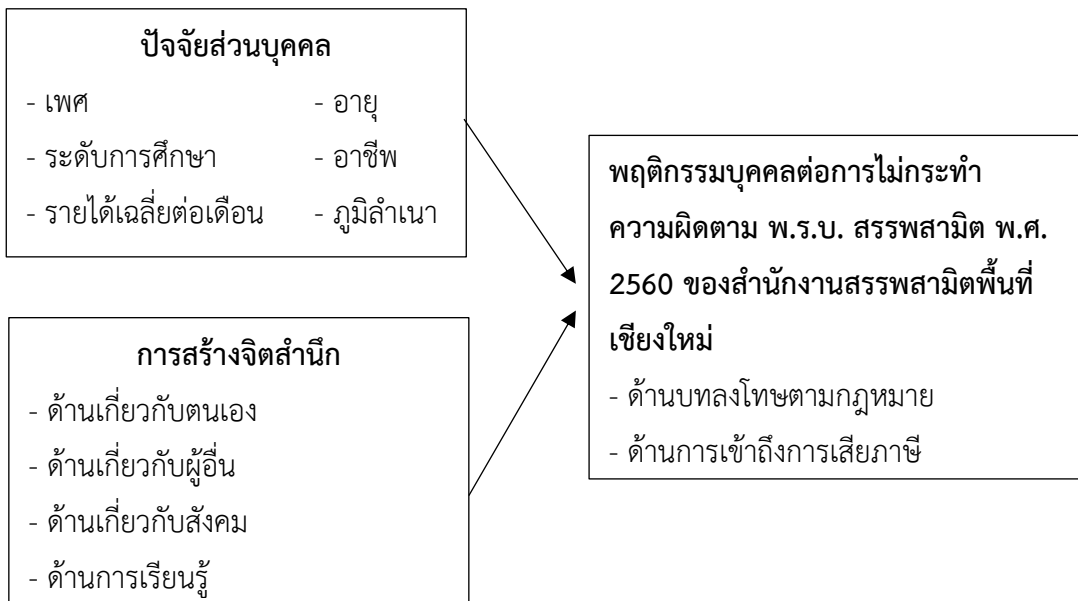
1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยการสร้างจิตสำนึกส่งผลต่อพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
เสื้อผ้าของผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้า เดอะเพลทินัม แฟชั่น มอลล์
กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
จำนวน 1,792,474 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 384 คน
โดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) และได้ทำการสุ่ม
ตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ขอบเขตด้านเนื้อหา

โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการปลูกจิตสำนึก แนวคิดและทฤษฎีที่
เกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ รวมถึงเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้ใช้พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยเป็นการศึกษาเฉพาะประชาชนภายใน
พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยนี้เริ่มทำการศึกษาในช่วงเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
สร้างขึ้นจากการวิจัย ทฤษฎี แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยที่ข้อคำถามได้ครอบคลุม
ถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัยและแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนภายในพื้นที่จังหวัด
เชียงใหม่ ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อวัดการสร้างจิตสำนึก แบ่งออกเป็น 4 ด้าน
ประกอบด้วย (1) ด้านเกี่ยวกับตนเอง (2) ด้านเกี่ยวกับผู้อื่น (3) ด้านเกี่ยวกับสังคม

และ (4) ด้านการเรียนรู้ มีลักษณะเป็น มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อวัดพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านบทลงโทษตามกฎหมาย และ (2) ด้านการเข้าถึงการเสียภาษี มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ซึ่งแบบสอบถามของตอนที่ 2 ถึง 3 ดังกล่าวข้างต้นในแต่ละตอนจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert (1932) (Likert' Scale) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale) ที่มีความหมายของเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามความคิดเห็นดังนี้

ที่สุด	ระดับคะแนน	5	หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก
	ระดับคะแนน	4	หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก
	ระดับคะแนน	3	หมายถึงระดับความคิดเห็นปานกลาง
กลาง	ระดับคะแนน	2	หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อย
	ระดับคะแนน	1	หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อย
	ระดับคะแนน		

โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยตามแนวคิดของ Best (1977) ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก
	ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก
	ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึงระดับความคิดเห็นปานกลาง
กลาง			

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามชุดนี้ผ่านการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือโดยวิธีการวัดดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้ของค่าดัชนีความสอดคล้องควรเท่ากับหรือมากกว่า 0.67 หลังจากนั้นมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient; α) โดยผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.938 แสดงว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยทำการสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรภายในคำแนะนำของที่ปรึกษา จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน มาสร้างข้อคำถามภายใน Google form และทำ link QR Code เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามกับบุคคลที่เข้ามาในสำนักงานสรรพสามิตในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อชำระภาษี โดยการขอความอนุเคราะห์และกล่าวถึงสาเหตุในการทำแบบสอบถามก่อนส่ง Link เพื่อให้สแกนทำแบบสอบถาม
3. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามภายในเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม 2566
4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามจำนวน 384 ชุด จากนั้นนำมาลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนภายในพื้นที่จังหวัด เชียงใหม่ ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อ อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการสร้างจิตสำนึก และพฤติกรรมบุคคล ต่อการไม่กระทำความผิด ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและ อธิบายลักษณะของตัวแปร

3. สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นการนำวิธีการ สถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ประกอบด้วย การ วิเคราะห์เปรียบเทียบหาความแตกต่างกันของตัวแปร t-test การวิเคราะห์การ เปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างมากกว่าสองกลุ่ม โดยการหาค่าเฉลี่ย F-test และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการ พยากรณ์ค่าอิทธิพลของการสร้างจิตสำนึก และพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำ ความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่

ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างจิตสำนึก และพฤติกรรมบุคคลต่อ การไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิต พื้นที่เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 65.1) อายุต่ำกว่า 30 ปี (ร้อยละ 38.5) สถานภาพโสด (ร้อยละ 63.8) วุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 60.7) ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 32.3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 20,001—25,000 บาท (ร้อยละ 35.7) โดยผลที่ได้จากการศึกษามีดังนี้

1. การวิเคราะห์ระดับการสร้างจิตสำนึก และพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่

1.1 ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการสร้างจิตสำนึก

ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก	ระดับความคิดเห็น		แปล ความ
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านเกี่ยวกับตนเอง	3.80	0.744	มาก
2. ด้านเกี่ยวกับผู้อื่น	3.60	0.964	มาก
3. ด้านเกี่ยวกับสังคม	3.96	0.677	มาก
4. ด้านการเรียนรู้	3.88	0.859	มาก
รวม	3.81	0.743	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$, S.D.=0.743) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับตามเกณฑ์จากมากไปหาน้อย สามารถกล่าวได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเกี่ยวกับสังคม ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.677) รองลงมา คือ ด้านการเรียนรู้ ($\bar{X}=3.88$, S.D.=0.859) รองลงมา คือ ด้านเกี่ยวกับตนเอง ($\bar{X}=3.80$, S.D.=0.744) รองลงมา คือ ด้านเกี่ยวกับผู้อื่น ($\bar{X}=3.60$, S.D.=0.964) ตามลำดับ

1.2 ปัจจัยพฤติกรรมการไม่กระทำความผิด

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมการไม่กระทำความผิด

ปัจจัยพฤติกรรมการไม่กระทำความผิด	ระดับความคิดเห็น		แปล ความ
	\bar{X}	S.D.	
1. บทลงโทษตามกฎหมาย	4.08	0.503	มาก
2. การเข้าถึงการเสียภาษี	4.09	0.616	มาก

ปัจจัยพฤติกรรมการไม่กระทำความผิด	ระดับความ		แปล ความ
	คิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	
รวม	4.09	0.524.	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยพฤติกรรมการไม่กระทำความผิด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$, S.D.=0.524) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับตามเกณฑ์จากมากไปหาน้อย สามารถกล่าวได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงการเสียภาษี ($\bar{X}=4.09$, S.D.=0.616) รองลงมา คือ ด้านบทลงโทษตามกฎหมาย ($\bar{X}=4.08$, S.D.=0.503) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกัน มีพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	Sig	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
เพศ	0.802	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	0.032*	ยอมรับสมมติฐาน
สถานภาพ	0.017*	ยอมรับสมมติฐาน
วุฒิการศึกษา	0.025*	ยอมรับสมมติฐาน
อาชีพ	0.010*	ยอมรับสมมติฐาน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.146	ปฏิเสธสมมติฐาน
----------------------	-------	----------------

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ประชาชนภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ที่มี อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก ส่งผลต่อพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.error	Beta		
ค ' ำ ค ง ที่ (Constant)	1.992	0.131		15.207	0.000
ด้านเกี่ยวกับสังคม (X ₁)	0.198	0.081	0.281	2.443	0.015*
ด้านการเรียนรู้ (X ₂)	0.315	0.720	0.552	3.781	0.000*

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.error	Beta		
ด้านเกี่ยวกับตนเอง (X ₃)	0.452	0.074	0.585	6.088	0.000*
R = 0.644	R ² = 0.442		Sig = 0.000*		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ด้านเกี่ยวกับสังคม ด้านการเรียนรู้ และด้านเกี่ยวกับตนเอง ส่งผลต่อพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 กรณีศึกษาเฉพาะสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก (R = 0.644) และสามารถพยากรณ์ได้ที่มีความน่าเชื่อถือร้อยละ 44.20 (R² = 0.442) ซึ่งสามารถแสดงสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 1.992 + 0.198(X_1)^* + 0.315(X_2)^* + 0.452(X_3)^*$$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับการสร้างจิตสำนึก และพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ พบว่า ในภาพรวม ประชาชนมีระดับการสร้างจิตสำนึก อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.81, S.D.=0.743) และมีพฤติกรรมการไม่กระทำความผิด อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.09, S.D.=0.524) เป็นเพราะว่า ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับการปลูกจิตสำนึกที่ดีทั้งทางด้านกาย วาจา ใจ และการปฏิบัติตนต่อบุคคลรอบข้าง ซึ่งผลที่ได้รับจากการปลูกจิตสำนึกที่ดี ย่อมทำให้การกระทำที่แสดงออกจากภายในและภายนอกตัวตนเป็นผลดีต่อตนเองและบุคคลรอบข้างด้วย โดยผลการศึกษาที่ได้มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ

ประสงค์ โตนด และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ที่พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตมีจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในระดับมาก และสอดคล้องกับ ภัทรศรี อินทร์ขาว และจิตติคุณ นิยมสิริ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างจิตสำนึกสาธารณะจากการตัดสินใจใช้ถุงผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จิตสำนึกสาธารณะในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยอายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการสร้างจิตสำนึกการไม่กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะว่า ความแตกต่างของบุคคลในด้านอายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา และการประกอบอาชีพ จะมีการรับรู้การไม่กระทำความผิดตามกฎหมายที่แตกต่างกัน ซึ่งการที่บุคคลที่การศึกษาที่ดีจะมีอาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ทำให้เกิดความแตกต่างกันของการสร้างจิตสำนึกการไม่กระทำความผิดตามกฎหมาย แตกต่างกัน โดยผลการศึกษาที่ได้มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชนิกันต์ ปัทม (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการมีจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ กล่าวว่า นักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจัยด้านเพศ อายุ และคณะวิชาต่างกัน มีพฤติกรรมการมีจิตสำนึกสาธารณะแตกต่างกัน ส่วนนักศึกษาที่มีชั้นปี ค่าใช้จ่ายที่ได้รับต่อเดือน และการเป็นสมาชิกชมรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นจิตอาสาบำเพ็ญประโยชน์แก่สังคมในมหาวิทยาลัย ต่างกัน และมีพฤติกรรมการมีจิตสำนึกสาธารณะไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทรงศรี ตุ่นทอง และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะสำหรับเยาวชนจังหวัดลพบุรี โดยใช้การปรับพฤติกรรมทางปัญญา กล่าวว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานที่อยู่อาศัย ส่งผลต่อ

การพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะสำหรับเยาวชนจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก ส่งผลต่อพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 พบว่า ปัจจัยการสร้างจิตสำนึก ประกอบด้วย ด้านเกี่ยวกับสังคม ด้านการเรียนรู้ ด้านเกี่ยวกับตนเอง และด้านเกี่ยวกับผู้อื่น ส่งผลต่อพฤติกรรมบุคคลต่อการไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสมการสามารถร่วมกันพยากรณ์การไม่กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. สรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้ร้อยละ 44.20 ($R^2 = 0.442$) อาจเป็นเพราะ สังคมของบุคคลเชียงใหม่มีการรับรู้ในการเสียภาษีในฐานะหน้าที่ของพลเมืองเป็นอย่างดี โดยมีการรับรู้ว่าการไม่เสียภาษีเป็นเรื่องการกระทำที่ผิดกฎหมาย และทางสำนักงานสรรพสามิตได้เปิดช่องทางในการติดต่อและการเข้ายื่นแบบภาษีเพื่อชำระภาษีให้มีความสะดวกรวดเร็วต่อการบริการแก่ประชาชน ซึ่งทำให้ประชาชนให้ความร่วมมือในการเสียภาษีเพื่อให้เงินภาษีที่เสียไปกลับมาพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป โดยผลการศึกษาที่ได้มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ประสงค์ โตนด และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต พบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญแนวทางการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในด้านจิตสำนึกเกี่ยวกับคุณธรรมมากที่สุด เพราะความซื่อสัตย์สุจริตและความรับผิดชอบต่อตนเองเป็นเรื่องที่สำคัญต่อบุคคลในการปฏิบัติงาน การดำเนินชีวิตประจำวันที่จะก่อให้เกิดคุณธรรม และจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคคลอื่นนำไปปฏิบัติที่จะช่วยให้สังคมส่วนรวมมีความเจริญก้าวหน้ารวมทั้งการพัฒนาประเทศสามารถนำไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จได้ และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พระทองเจริญ อุปสนโต และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง โปรแกรมการพัฒนาจิตสำนึกและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการจัดการขยะตามหลักภาวนา 4 ด้วยนิเวศวิทยาเชิงพุทธของประชาชนตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี กล่าวว่า การสร้างโปรแกรมการพัฒนาจิตสำนึกในด้านการภาวนา 4 ต่อการกำจัดขยะ

และปัจจัยพฤติกรรมในการจัดการขยะ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และพบว่า ปัจจัยจิตสำนึกต่อการภาวนา 4 ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการขยะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทำการทดสอบโดยเพิ่มตัวแปรวิทยากร และการเพิ่มเนื้อหาเข้ามาอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล พบว่า ปัจจัยจิตสำนึกส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการขยะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัทรศรี อินทร์ขาว และมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัทรศรี อินทร์ขาว และจิตติคุณ นิยมสิริ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างจิตสำนึกสาธารณะจากการตัดสินใจใช้ถุงผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยจิตสำนึกภายในด้านเหตุผลเชิงจริยธรรม และปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ อยู่ในระดับมาก ในส่วนของเพศ คณะ และชั้นปีที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยจิตสำนึกสาธารณะและพฤติกรรม ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะพฤติกรรมย่อมนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกสาธารณะ และจิตสำนึกสาธารณะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรม ผ่านการสนับสนุนจากครอบครัว มหาวิทยาลัย เพื่อน ชุมชน ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการศึกษาปัจจัยการสร้างจิตสำนึก ต่อพฤติกรรมไม่กระทำความผิดทางสำนักงานสรรพสามิต ควรมีการพัฒนาและการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของประโยชน์ในการเสียภาษีเพื่อนำเงินกลับมาพัฒนาภายในท้องที่เพื่อให้ท้องถิ่นได้นำงบประมาณกลับมาพัฒนาได้ดียิ่งขึ้น ผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ การประกาศผ่านตัวแทนของแต่ละหมู่บ้าน เป็นต้น

2. จากการศึกษาปัจจัยการไม่กระทำความผิด สำนักงานสรรพสามิต ควรมีการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงเพื่อชำระภาษีให้หลากหลายช่องทางเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับกับจำนวนผู้คนที่เข้ามาติดต่อ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เพียงจังหวัดเดียว ในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาระบบการชำระภาษีและรับรู้พฤติกรรมที่จะช่วยลดการไม่กระทำความผิดของบุคคล

2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการนำตัวแปรอื่น ๆ เช่น ปัจจัยจิตสำนึกต่อการภวนา 4 เข้ามาทำการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างกันในการศึกษาถึงการลดพฤติกรรมการไม่กระทำความผิดของบุคคล

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพสามิต. (2563). การเปิดให้ยื่นแบบชำระภาษีกรมสรรพสามิต. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2566, จาก

<http://dcms.lib.nu.ac.th/dcms/TDC2553/NUPY2553/0327/chapter1.pdf>.

ชนิกานต์ ปัทม. (2561). พฤติกรรมการมีจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาจิตวิทยาและการแนะแนว. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ทรงศรี ตุ่นทอง, บุญยานุช เฉวียงหงส์ และสิริพร ดาวัน. (2560). รูปแบบการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะสำหรับเยาวชนจังหวัดลพบุรี โดยใช้การปรับพฤติกรรมทางปัญญา. วารสารศึกษาศาสตร์ ปีที่ 28 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2560, 65-74.

ประสงค์ โตนด, สุเชาว์น มีหนองหว่า, รัชยา รักดีจิตต์ และฐิติมา ให้อยอง. (2565). การเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย

ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน* ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2565, 63-77.

พระทองเจริญ อุปสนโต, อุบลวรรณ ภากานันท์ และโกนิษฐ์ ศรีทอง. (2563).

โปรแกรมการพัฒนาจิตสำนึกและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการจัดการขยะตามหลักภาวนา 4 ด้วยนิเวศวิทยาเชิงพุทธของประชาชนตำบลคลองหก อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร* ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม-มิถุนายน 2562), 698-709.

ภัทรศรี อินทร์ขาว และจิตติคุณ นิยมสิริ. (2563). แนวทางการสร้างจิตสำนึกสาธารณะจากการตัดสินใจใช้ถุงผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. กองทุนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). ประชาชนภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2566, จาก <http://chiangmai.nso.go.th/>.

สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่. (2560). หน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม, 2566, จาก https://www.excise.go.th/chiangmai/ABOUT_US/ABOUT_US/index.htm

สุกิจ ชัยมุกลิก, ภาสกร ดอกจันทร์, รพีพร ธงทอง, มงคล สงปรางค, สมศักดิ์ คำศรี, สมบูรณ์ สุริยะ, วินัย ฉวีแปลง, นิภาพร วิชชา และไทยปักษ์ เลี้ยงธนารักษ์. (2561). การพัฒนาจิตสำนึกความเป็นพลเมืองตามวิถีประชาธิปไตยของบุคคลผู้เคยต้องโทษคดีทางอาญาในเขตพื้นที่จังหวัดเลย ตามหลักสาราณียธรรม. *วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*, 10(2), 73-89.

Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed). New Jersey: Prentice-hall Inc.

Cochran, W. G., Mosteller, F., & Tukey, J. W. (1953). Statistical problems of the Kinsey report. *Journal of the American Statistical Association*, 48(264), 673-716.

Huaykapi. (2022). แนวทางการแก้ไขปัญหาการลักลอบนำเข้าและจำหน่ายบุหรี่ละเมิดเครื่องหมายการค้าการยาสูบแห่งประเทศไทย (บุหรี่ปลอม) กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2566, จาก http://www.huaykapi.go.th/news/doc_download.

ชุมชน ผู้นำทางศาสนา ประชาชนชาวบ้าน และผู้อาวุโส เป็นต้น รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน วิเคราะห์ด้วยการตีความสร้างข้อสรุป ผลการศึกษาพบว่า

1. สภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า ปัญหาเรื่องของรายได้ การขาดรายได้ การตกงาน การปรับตัวของคนในชุมชน ความรู้เกี่ยวกับการดูแลตนเอง ความไม่เข้าใจในมาตรการและความรู้ด้านการดูแลตนเองในพื้นที่ 2. การปรับตัวของคนชุมชนเมืองต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) พบว่า ชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้เงิน มีส่วนร่วมในการปรับตัวร่วมกันในชุมชน มีการปฏิบัติตามมาตรการสุขภาพตามมาตรการของสาธารณสุข เรียนรู้การกำจัดขยะติดเชื้อและคัดแยกขยะให้ถูกต้อง การพัฒนาตนเองในการใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับชีวิตประจำวัน บริหารค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ เพื่อพัฒนาอาชีพ 3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของชุมชนเมือง (หลังยุคโควิด-19) ที่เหมาะสมกับสภาวะ “ปรกติใหม่หรือวิถีชีวิตแบบใหม่” พบว่า ต้องมุ่งเน้นการติดอาวุธทางปัญญาให้กับคนในชุมชน เน้นการพัฒนาฐานชุมชน การพัฒนาทักษะศาสตร์สมัยใหม่ การบูรณาการระหว่างองค์ความรู้ชุมชนกับองค์ความรู้ศาสตร์สมัยใหม่และการสร้างภาคีเครือข่าย การทำงานต้องมีเครือข่ายภายในชุมชน

คำสำคัญ (Keywords): วิถีชีวิตใหม่, การปรับตัวหลังยุคโควิด-19, การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

Abstract

The main objectives of this study are: 1) to study the problems and impacts arising from economic and social changes (after the Covid-19 pandemic) of people in urban communities, 2) to study the adaptation of urban people to the changing economic and social conditions (after the Covid-19 pandemic), and 3) to present policy recommendations for urban communities (Post-Covid-19 pandemic) that are suitable for the current "new normal" or "new lifestyle" conditions that can lead to strengthening the urban community. It is a qualitative research model. The information is collected from key informants who are community leaders, religious leaders, village sages, and the elders, totaling 20

persons. The communities in Dusit area consists of 5-subdistricts, including 46 communities, namely, 1) Thanon Nakhon Chaisi sub-district, 2) Mahanak Intersection sub-district, 3) Wachira Hospital sub-district, 4) Dusit sub-district, and 5) Suan Chitralada sub-district. Data are analyzed b interpretation to conclude. The results of the study found that:

1. Problems and impacts arising from changes in the economy and society are problems of income, lack of income, unemployment, adaptation of people in the community, knowledge of self-care, and lack of understanding of local self-care measures and knowledge. 2. Adaptation of urban people to economic and social changes (after the Covid-19 period) showed that the community had to plan the use of money, participate in collaborative adaptation in the community, health measures are followed by the measures of the public health, learn how to dispose of infectious waste and separate waste properly, self-development in using technology to suit daily life, manage household expenses, and learn various skills to develop a career. 3. Policy recommendations for urban communities (after the Covid-19 period) suitable for the condition of "New normal or new way of life" include a focus on equipping people with intellectual weapons in the community, emphasis on community knowledge-based development of modern science skills that is an integration between community knowledge and modern science knowledge, and networking of work that requires a network within the community.

Keywords: New way of life, adjustment after the COVID-19 era, economic and social changes

บทนำ (Introduction)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 ซึ่งมีการแพร่ระบาดไปทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยส่งผลกระทบในวงกว้างทั้งด้านสาธารณสุข เศรษฐกิจสังคม ความมั่นคง ตลอดจนการดำรงชีวิตของประชาชนชาวไทยและชาวต่างชาติ (สำนัก

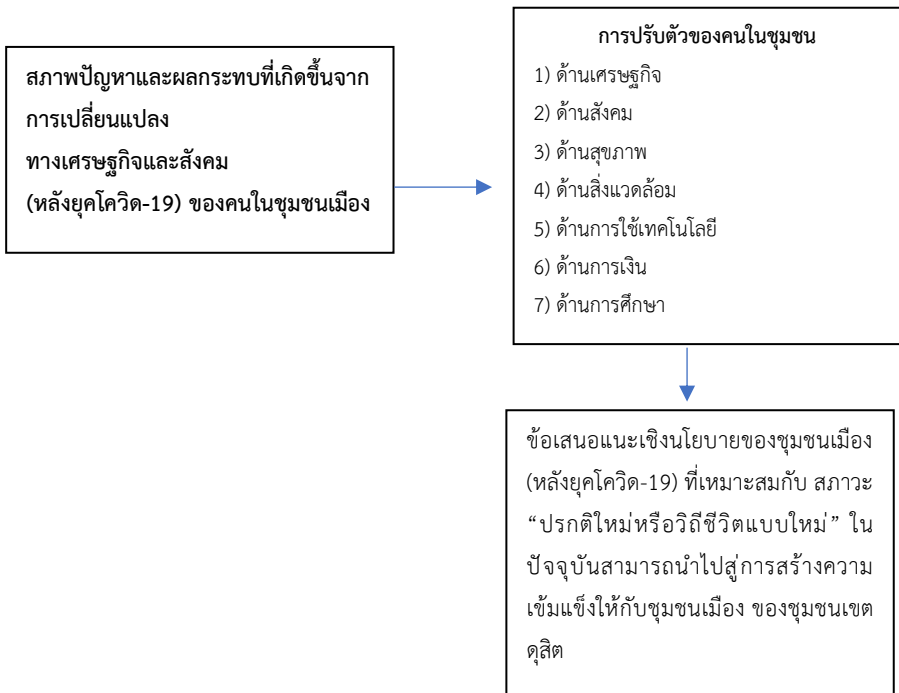
น โ ย บ า ย ก า ร ค ล ั ง ,
ข่าวกระทรวงการคลังฉบับที่ 27/2563, 2563) ดังนั้นแต่ละประเทศจึงต้องมีมาตรการเพื่อ
ป้องกันและหยุดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งแนวทางส่วนใหญ่ คือ
การสวมหน้ากากอนามัย การล้างมือและมาตรการเว้นระยะห่างหรือ Social Distancing ที่
ส่งผลกระทบโดยตรงกับทุกคน ทั้งผลกระทบต่อจิตใจ ผลกระทบต่อสังคม และผลกระทบต่อ
เศรษฐกิจทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ที่ได้รับผลกระทบ ภาวการณ์ผลิตอุตสาหกรรมห่วงโซ่
อุปทานโลกภาคส่งออก ภาคเกษตรกรรม ภาคการเมือง และภูมิรัฐศาสตร์ของโลกมีความ
ซับซ้อนมากขึ้นจากปัญหาดังกล่าวด้วย (อนุสรณ์ ธรรมใจ, 2563) เว็บไซต์วิกิถิตจากการระบาดของ
ของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กำลังเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของ
โลก และประเทศไทยอย่างถึงรากถึงโคน โลกจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป ดังที่เรียกว่านิวนอร์มอล
(New Normal) ไม่เว้นถึงชุมชนก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน หากแต่ยังไม่มีผู้กล่าวถึงกลุ่มชุมชน
มากนัก (สมชาย หาญหิรัญ, 2020) สำหรับการปรับตัวของชุมชนแต่ละพื้นที่มีแนวทางในการ
ปรับตัวเพื่อสู้กับการระบาดในครั้งนี้ ซึ่งหน่วยงานต่าง ๆ และกลุ่มผู้นำท้องถิ่น ผู้นำศาสนา
ภาคเอกชน และชุมชนได้มีมาตรการเฝ้าระวัง เพื่อร่วมกันบรรณคดีในชุมชนร่วมกัน นอกจากนี้
การพัฒนาระบบฐานข้อมูลชุมชนอย่างเท่าทันสถานการณ์ ศึกษาชีวิตความมั่นคงอาหารของ
ครัวเรือนและชุมชน รวมถึงทบทวนความล้มเหลวของการแก้ปัญหาเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่น เพื่อ
มุ่งสู่ภาวะ “ปรกติใหม่” ที่จะมาถึงย่อมจะหมายถึงการก่อรูปความเข้มแข็งของสังคมไทยจาก
ฐานรากของชุมชน แทนที่จะปล่อยให้อนาคตวนกลับไปเดิม ถูกเปลี่ยนเป็นอนาคตที่มีแต่ความ
รุนแรงจากความเหลื่อมล้ำ ไม่เป็นธรรม ไม่ยั่งยืน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาสภาพปัญหา
ผลกระทบ การปรับตัวของคนชุมชนเมืองในเขตพื้นที่ดุสิต ต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงทาง
เศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) และค้นหาสภาวะปกติใหม่หรือวิถีชีวิตแบบใหม่ (หลังยุค
โควิด-19) ไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนเมืองผ่านแนวคิดวิถีชีวิตแบบใหม่ (New
Normal) สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 หรือโคโรนาไวรัสช่วงปลาย พ.ศ. 2562
ถึง พ.ศ. 2563 เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงแบบใหม่ในสังคม และการช่วยเหลือบุคคลที่มี
ปัญหาในการปรับตัวเมื่อมีเหตุการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงเข้ามาในชีวิต (Roy & Andrews,
(1999) ซึ่งการปรับตัวเป็นกระบวนการและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีความคิดและ
ความรู้สึกที่มีความเป็นองค์รวม (Holistic adaptive system) ผ่านมุมมองชุมชนเมือง (Urban
Community) ที่มีลักษณะของประชาชนอยู่กันอย่างแออัดหนาแน่น มีศูนย์กลางของการติดต่อ

ค้าขาย การศึกษาการคมนาคม มีความสัมพันธ์ส่วนตัวมีน้อย ขาดความใกล้ชิดและความเป็นกันเองการพบปะติดต่อกันขึ้นอยู่กับผลประโยชน์มากกว่าความใกล้ชิดสนิทสนมซึ่งส่วนมากเป็นเพราะมีผลประโยชน์ร่วมกันหรืออย่างเดียวกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) ของคนในชุมชนเมือง กรณีศึกษาชุมชนเขตดุสิต
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของคนชุมชนเมืองต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) กรณีศึกษาชุมชนเขตดุสิต
3. นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของชุมชนเมือง (หลังยุคโควิด-19) ที่เหมาะสมกับ สภาวะ “ปรกติใหม่หรือวิถีชีวิตแบบใหม่” ในปัจจุบันสามารถนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนเมือง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ในพื้นที่เขตดุสิต
2. ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามครั้งนี้เป็นประชาชนที่อาศัยในชุมชนเขตดุสิต ประกอบด้วย 5 แขวง 44 ชุมชน 1) แขวงถนนนครไชยศรี 2) แขวงสี่แยกมหานาค 3) แขวงวชิรพยาบาล 4) แขวงดุสิต 5) แขวงสวนจิตรลดา ด้วยการเลือกตัวอย่างโดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบบเจาะจงตามสถานภาพในสังคม ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้นำทางศาสนา ปราชญ์ชุมชนและผู้อาวุโส จำนวนทั้งสิ้น 20 คน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างมีประเด็นที่การสัมภาษณ์ผู้วิจัยมุ่งหมาย สร้างประเด็นคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลในการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นสำคัญ
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งมีวิธีการดังนี้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์จะเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ และจดบันทึก ใช้การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากเอกสาร คำสัมภาษณ์ โดยพยายามค้นหา วิเคราะห์ และตีความหมายที่แฝงอยู่ในข้อความเหล่านั้น แล้วนำมาสรุปเป็นข้อความบรรยาย

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้

สภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) ของคนในชุมชนเมือง มีสภาพปัญหาดังนี้

1. สภาพปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ (หลังยุคโควิด-19) พบว่ามีปัญหาเรื่องของรายได้ การขาดรายได้ การตกงาน การปรับตัวของคนในชุมชน การมีความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความรู้เกี่ยวกับการดูแลตนเอง ความไม่เข้าใจในมาตรการและความรู้ด้านการดูแลตนเองในพื้นที่

2. ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ (โควิด-19)

ส่วนใหญ่เกิดกระทบเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ รายได้ลดลง คุณภาพชีวิต การเกิดหนี้ครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตกับกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ เด็ก คนพิการ ในชุมชน เป็นต้น และเกิดช่องว่างระหว่างรายได้ในชุมชนเพิ่มมากยิ่งขึ้น

การปรับตัวของคนในชุมชนเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) ของคนในชุมชนเมือง มีการปรับตัวในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านเศรษฐกิจ พบว่า คนในชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายเงิน การหาอาชีพใหม่ที่เหมาะสม การฝึกทักษะการประกอบอาชีพ การประกอบอาชีพในระยะสั้น การหารายได้จากสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ในชุมชนต้องวางแผนการใช้จ่ายเงิน การบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน และการทำบัญชีครัวเรือนอีกด้วย

2. การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านสังคม พบว่า การปรับตัวที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมในการปรับตัวของคนในสังคม ต้องอาศัยความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการสำคัญ ๆ ที่รัฐกำหนด ส่งเสริมให้คนในสังคมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐจัดสรรให้ร่วมกันพัฒนาชุมชนร่วมกัน เพื่อให้ทุกคนรับรู้และร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

3. การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านสุขภาพ พบว่า ทุกคนในสังคมมีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพ มีพฤติกรรมสุขภาพที่เปลี่ยนไป เช่น การหมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่ หรือแอลกอฮอล์เจล การสวมหน้ากากเป็นประจำ เฝ้าระวังสุขภาพ ระวังการสัมผัสใกล้ชิด หรือเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ งดกิจกรรมที่มีคนจำนวนมาก ๆ การเว้นระยะห่าง มีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันตนเอง ดูแลสุขภาพกาย และดูแลสุขภาพจิตของตนเอง

4. การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า สิ่งต่าง ๆ ในสังคม ลดลงอย่างมากเช่น น้ำเสียลดลง มลพิษทางน้ำ ทางเสียงลดลง อากาศดีขึ้น แต่สิ่งที่ยังกังวลคือ การกำจัดขยะพิษ เช่น หน้ากากอนามัย การปรับตัวเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและการกำจัดอย่างไม่มีประสิทธิภาพ การกำจัดและแยกขยะอินทรีย์ในครัวเรือน และอุปกรณ์ป้องกันไวรัส อย่างเหมาะสม ปริมาณขยะในครัวเรือนส่วนใหญ่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย กล่องอาหารถุงใส่น้ำจิ้ม ซ้อนพลาสติก ส้อมพลาสติก ถุงใส่ช้อนส้อม ถุงน้ำซุบ และถุงพลาสติกหุ้มสำหรับใส่อาหารทั้งหมด ทั้งนี้ในชุมชนต้องมีมาตรการในกำจัดขยะอย่างถูกต้อง

5. การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการใช้เทคโนโลยี พบว่า คนในชุมชนเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ที่ทันสมัยมากขึ้น มีการเรียนรู้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อเทคโนโลยีมากขึ้น เรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเอง การขอคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์สื่อสาร ประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

6. การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการเงิน พบว่า คนในชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง คิดก่อนใช้ หรือเลือกซื้อเฉพาะที่จำเป็น คิดให้รอบคอบก่อนใช้จ่าย การบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน การทำบัญชีครัวเรือน การนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการบริหารเงินในชีวิตประจำวัน ต้องมีการวางแผนการเงินสำรองฉุกเฉิน เพื่อใช้ในยามจำเป็น

7. การปรับตัวของคนในชุมชน ด้านการศึกษา พบว่า ควรส่งเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ให้กับผู้เรียน มีความยืดหยุ่นให้กับผู้เรียน คำนึงถึงความอิสระในการหาวิธีการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละแห่ง ผู้เรียนต้องพร้อมทั้งอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟนหรือหูฟัง แต่ควรเลือกให้พอใช้งานได้ก็เพียงพอ โดยสถานศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนในส่วนที่จำเป็น ควรพัฒนาศักยภาพผู้สอนให้เกิดการเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีเพื่อจูงใจผู้เรียน การร่วมมือกัน ระหว่าง ภาครัฐและเอกชน พัฒนาช่องทางการเรียนรู้แบบใหม่ และการเสริมสร้างความเข้มแข็งและสนับสนุนการจัดศึกษาเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ เพราะการศึกษาจะสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นได้

8. ชุมชนเขตดุสิตมีกระบวนการหรือพฤติกรรมการปรับตัวแบบใหม่ พบว่า ชุมชนเขตดุสิตมีกระบวนการหรือพฤติกรรมการปรับตัวแบบใหม่ในแต่ละชุมชนแตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสมของพื้นที่ เช่น กำหนดแนวปฏิบัติตามมาตรการสำคัญที่กำหนด ตามมาตรการของสาธารณสุข การรวมตัวเพื่อช่วยเหลือกันในชุมชน การรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือผู้ติดเชื้อ และกำหนดมาตรการเฝ้าระวัง ให้ความช่วยเหลือกัน การมีส่วนร่วมให้ทุกคนในชุมชนร่วมกันดูแลซึ่งกันและกัน กำหนดแนวทางและข้อควรปฏิบัติเมื่อติดเชื้อและการรักษาระยะห่าง รวมไปถึงการกำจัดขยะในชุมชน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของชุมชนเมือง (หลังยุคโควิด-19) ที่เหมาะสมกับสถานะ “ปรกติใหม่หรือวิถีชีวิตแบบใหม่” ในปัจจุบันสามารถนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนเมือง พบว่าการพัฒนาคนในชุมชน โดยการมุ่งเน้นการติดอาวุธทางปัญญาให้กับผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ให้เข้าใจ แนวคิด หลักการ วิธีการในการศึกษา วิเคราะห์ปัญหาชุมชนท้องถิ่น ผ่านการเรียนรู้ควบคู่กับการปฏิบัติร่วมกันของคนในชุมชนให้ห่างไกลจากโควิด-19 เน้นการ

พัฒนาบนฐานชุมชน การพัฒนาที่เกิดขึ้นต้องมาจากความต้องการของชุมชนเป็นหลัก การพัฒนาทักษะศาสตร์สมัยใหม่ การบูรณาการระหว่างองค์ความรู้ชุมชนกับองค์ความรู้ศาสตร์สมัยใหม่ การสร้างภาคีเครือข่ายการทำงาน

อภิปรายผล (Research Discussion)

จากการศึกษาชีวิตวิถีใหม่กับการปรับตัวของคนในชุมชนเมืองจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) กรณีศึกษาชุมชนเขตดุสิต สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายตามประเด็นวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

ผลการศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (หลังยุคโควิด-19) ของคนในชุมชนเมือง กรณีศึกษาชุมชนเขตดุสิต พบว่ามีปัญหาเรื่องของรายได้ การขาดรายได้ การตกงาน การปรับตัวของคนในชุมชน การมีความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความรู้เกี่ยวกับการดูแลตนเอง ความไม่เข้าใจในมาตรการและความรู้ด้านการดูแลตนเองในพื้นที่ทั้งนี้เนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นสถานการณ์ใหม่ที่ไม่มีการปรับตัว หรือเตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้าทำให้คนในชุมชนเกิดปัญหาในเรื่องของการปรับตัว ภาวะการทำงานและความรู้ที่จะรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนันรัตน์ ชุตโรสง (2560) ผลการศึกษาพบว่า การดำรงชีวิตของประชาชนในพื้นที่ แบ่งเป็น 3 ระยะเวลา ได้แก่ ระยะเวลาการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตพื้นที่เซฟตี้โซนก่อนเกิดเหตุการณ์ไม่สงบ พบว่า ประชาชนในพื้นที่ สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ ระยะที่ 2 การดำรงชีวิตของประชาชนในถนนรวมมิตรเกิดเหตุการณ์ไม่สงบ พบว่า ดำรงชีวิตและประกอบอาชีพในพื้นที่สอดคล้องกับสถานการณ์และเพื่อความปลอดภัยของตนเอง ระยะที่ 3 การดำรงชีวิตพบว่า ประชาชนไม่สามารถดำรงชีวิตผ่านการกระทำต่าง ๆ ได้อย่างปกติ ต้องมีการปรับตัว เพื่อให้อยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ (โควิด-19) พบว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ กล่าวคือส่วนใหญ่เกิดกระทบเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ รายได้ลดลง คุณภาพชีวิต การเกิดหนี้ครัวเรือน เพิ่มมากขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตกับกลุ่มเปราะบางและเกิดช่องว่างระหว่างรายได้ในชุมชนเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิพัชร์ เมฆรส และนพชัย ฟองอิสสระ (2560) ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาชุมชนเมืองนั้น

ส่งผลกระทบต่อกรอบอาชีพเมื่อมีการพัฒนาเกิดขึ้น จะทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ เป็นอยู่ที่ดีขึ้นยกฐานะในด้านการศึกษา มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้พัฒนาการศึกษาที่ดีขึ้น ซึ่ง ชุมชนพยายามหาแนวทางปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป พยายามประยุกต์เทคโนโลยีมา ใช้ในลักษณะการผสมผสานระหว่างการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในส่วน ของวิถีชีวิต ชนบทให้มีการจัดการที่เหมาะสม

ผลการศึกษาการปรับตัวของคนชุมชนเมืองต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคม (หลังยุคโควิด-19) กรณีศึกษาชุมชนเขตดุสิต พบว่า คนในชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้เงิน การหาอาชีพใหม่ที่เหมาะสม การฝึกทักษะการประกอบอาชีพ การประกอบ อาชีพในระยะสั้น การหารายได้จากสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ในชุมชนต้องวางแผนการใช้เงิน การบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน และการทำบัญชีครัวเรือนอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการปรับตัวใน พื้นที่นั้นต้องมีการวางแผนเตรียมความพร้อมในหลายๆด้าน โดยเฉพาะเรื่องปากท้อง ค่าใช้จ่าย ค่าครองชีพหรือบริบทในชุมชนที่ต้องมีการปรับตัวเรื่องอาชีพที่จำเป็นต้องประกอบอาชีพเพื่อหา เลี้ยงตัวเองในสภาพที่เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ขึ้นได้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล อนุ สรณิพัฒน์ และคณะ (2562) ผลการศึกษพบว่า การสร้างรายได้ให้กับชุมชนภายใต้แนวคิด เศรษฐกิจชุมชนผสมกับภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรมโดยคนใน ชุมชนมีกระบวนการในการหยิบเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาทักษะการ ประกอบอาชีพให้กับชุมชนนั้นจะทำให้สามารถสร้างรายได้ เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจร่วมกันของ คนในชุมชนได้เป็นอย่างดี ด้านสังคมพบว่า การปรับตัวที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมในการปรับตัว ของคนในสังคม ต้องอาศัยความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการสำคัญๆ ที่รัฐกำหนด ส่งเสริม ให้คนในสังคมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐจัดสรรให้ร่วมกันพัฒนาชุมชน ร่วมกัน เพื่อให้ทุกคนรับรู้และร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิญฉัตร บุญ ลอย, อธิรัฐกร วรบำรุงกุล และคณะ (2564) โควิด-19 กับการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาและ สังคม ซึ่งการปรับตัวการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นต้องให้ความสำคัญ ในด้านการพัฒนาสังคม และมนุษย์ ด้านแรงงาน และการกระจายงบประมาณลงไปสู่ระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ มีสัดส่วนมากขึ้น เพื่อช่วยแก้ปัญหาความเดือดร้อนในระดับครอบครัวและชุมชน ด้านสุขภาพ พบว่า ทุกคนในสังคมมีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพ มีพฤติกรรมสุขภาพที่เปลี่ยนไป ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปภายใต้ข้อจำกัดของชุมชน ความเดือดร้อน ผลกระทบ ต่างๆ ที่เกิดขึ้นหากไม่มีการปรับเปลี่ยนหรือแก้ปัญหาจะทำให้ไม่สามารถอยู่ได้ด้วยการมีสุขภาพ

ที่ดีและแข็งแรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระใบฎีกาภิตติพงษ์ สีลสุโท และสุนน ประวัติ (2563) ผลจากการปรับพฤติกรรมตามหลักภาวนา 4 คือ การพัฒนาประกอบด้วยการพัฒนา ร่างกายให้แข็งแรงไร้โรค มีสุขภาพดี การพัฒนาความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางสังคมให้เป็นไป ด้วยดี ไม่ก่อการเบียดเบียน ไม่ทำความเดือดร้อนต่อผู้อื่นและสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า สิ่ง ต่าง ๆ ในสังคมลดลงอย่างมาก การปรับตัวเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์ เพื่อ ความปลอดภัยและการกำจัดอย่างไม่มีประสิทธิภาพ การกำจัดและแยกขยะอินทรีย์ในครัวเรือน และอุปกรณ์ป้องกันไวรัส อย่างเหมาะสม ปริมาณขยะในครัวเรือนส่วนใหญ่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย กล่องอาหาร ถุงใส่น้ำจิ้ม ข้อนพลาสติก ส้อมพลาสติก ถุงใส่ข้อส้อม ถุงน้ำซุพ และถุงพลาสติกหุ้มสำหรับใส่อาหารทั้งหมด ทั้งนี้ในชุมชนต้องมีมาตรการในการกำจัดขยะอย่าง ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาณุพงศ์ สามาร (2564) พบว่า การพัฒนากระบวนการ สร้างการเรียนรู้ในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ พบว่า มี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้าน สุขภาพกายและสุขภาพจิต ด้านสังคมและสภาพแวดล้อมด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการใช้ อุปกรณ์เครื่องมือสื่อสาร ด้านการศึกษาของเด็กนักเรียน/นักศึกษา แนวปฏิบัติที่ดีหรือนวัตกรรม ด้านการใช้เทคโนโลยี พบว่า คนในชุมชนเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ที่ทันสมัยมาก ขึ้น มีการเรียนรู้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อเทคโนโลยีมากขึ้น เรียนรู้การใช้อุปกรณ์ สื่อสารด้วยตนเอง การขอคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์สื่อสาร ประยุกต์ใช้แอปพลิเคชัน ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร มั่นแหล และคณะ (2564) ผลการวิจัย พบว่าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า มีการปรับตัวเกี่ยวกับการเรียนรู้การใช้ อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเองด้านการเงิน พบว่า คนในชุมชนต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายอย่าง ระมัดระวัง การบริหารจัดการหนี้ครัวเรือน การทำบัญชีครัวเรือน การนำหลักเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้ในการบริหารเงินในชีวิตประจำวัน ต้องมีการวางแผนการเงินสำรองฉุกเฉิน เพื่อใช้ในยาม จำเป็น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒน์มล อ่อนสำลี (2564) พบว่า วิสาหกิจชุมชนเป็น กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่เกิดจากการนำเอา แนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงาน จึงทำให้วิสาหกิจ ชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจพื้นฐาน ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจมหภาคขับเคลื่อนไปได้ถึงแม้ว่า จะเกิดวิกฤติการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้านการศึกษา พบว่าควร ส่งเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ให้กับผู้เรียน มีความยืดหยุ่นให้กับผู้เรียน คำนึงถึงความอิสระในการ หาวิธีจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละแห่ง ควรพัฒนาศักยภาพผู้สอนให้

เกิดการเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีเพื่อจูงใจผู้เรียน การร่วมมือกัน ระหว่าง ภาครัฐและเอกชน พัฒนาช่องทางการเรียนรู้แบบใหม่ และการเสริมสร้างความเข้มแข็งและสนับสนุนการศึกษา เพื่อประโยชน์ของสาธารณะ เพราะการศึกษาจะสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ ทะนงศักดิ์แสงสว่างวัฒนะ และคณะ (2564) พบว่ากลุ่มธุรกิจต่าง ๆ หันมา สนใจการทำตลาดออนไลน์มากขึ้น และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อให้ ธุรกิจมีรายได้และดูแลพนักงานต่อไป จึงก่อให้เกิดวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) และการปรับตัว ทั้งด้านการทำงาน ด้านการเรียน และด้านธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต

การนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของชุมชนเมือง (หลังยุคโควิด-19) ที่เหมาะสม กับสภาวะ “ปกติใหม่หรือวิถีชีวิตแบบใหม่” ในปัจจุบันสามารถนำไปสู่การสร้าง ความเข้มแข็ง ให้กับชุมชนเมืองพบว่าการพัฒนาคนในชุมชน โดยการมุ่งเน้นการติดอาวุธทางปัญญาให้กับผู้นำ ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกันขลิภา อุดมะแก้ว (2564) ผลวิจัยพบว่าชาวบ้านเรียนรู้ และติดตามสถานการณ์ข่าวสารเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 มีการวางแผนในการรับมือจากสถานการณ์และมีการเพิ่มการค้าขายทางแหล่งออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต้องพัฒนาคนให้รองรับการเปลี่ยนแปลง และยกระดับ ศักยภาพคนในพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ เน้นการพัฒนาบนฐานชุมชน การพัฒนาที่เกิดขึ้นต้องมาจากความต้องการของชุมชนเป็นหลัก เน้นการค้นหาคำถามความรู้เดิม เติมความรู้ใหม่ ให้ชุมชนสามารถเรียนรู้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่เหมาะสมกับแต่ละชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล ศิริเวชพันธุ์ (2564) ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน คนในชุมชนเห็นว่ามาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) นั้นมีความเหมาะสม มีการจัดโครงสร้าง 3 ด้าน คือ ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ซึ่งได้ปฏิบัติหน้าที่ใน 3 ระยะ ได้แก่ 1) การต้อนรับนักท่องเที่ยวกำหนดจุดคัดกรอง เช็กอิน โดยมี อสม. เข้ามามีส่วนร่วม 2) การให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น บริการอาหารเครื่องดื่ม และที่พัก เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย เช่น การแยกภาชนะ และการกำหนดขีดความสามารถใน การรองรับ และ 3) การส่งนักท่องเที่ยว มีการให้เช็กเอาท์ ประเมินการให้บริการ ซึ่งรูปแบบ ดังกล่าวเป็นการท่องเที่ยวชุมชนมาตรฐานความปกติใหม่ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้แก่ชุมชน อื่น ๆ ในจังหวัดศรีสะเกษได้อีกด้วย การพัฒนาทักษะศาสตร์สมัยใหม่ การบูรณาการระหว่าง องค์ความรู้ชุมชนกับองค์ความรู้ศาสตร์สมัยใหม่ นับเป็นชุดเชื่อมโยงสู่การพัฒนาบนรากฐาน วัฒนธรรมชุมชนเป็นการพัฒนาต่อยอดให้กลายเป็นสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เป็นเครื่องมือ

แก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน ซึ่งการจะพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นสิ่งที่โดดเด่นนั้น ต้องใช้ความคิดที่สร้างสรรค์ที่มาจากการ ผึกฝน เรียนรู้ ทดลอง ดัดแปลง ประสพการณ์ จนเกิดเป็นปัญญาพัฒนาต่อยอดได้ เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศันสนีย์ กระจ่างโฉม, และคณะ (2564) ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่ควรดำเนินการเชิงรุกได้แก่การส่งเสริมการท่องเที่ยวบนจุดแข็งด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติและการทำการตลาดเชิงรุกกลยุทธ์ที่สามารถปรับปรุงและแก้ไขจุดอ่อนที่สามารถใช้โอกาสได้ การสร้างภาคีเครือข่ายการทำงานต้องมีเครือข่าย ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการทำงานต้องมีเครือข่าย ช่วยในการแต่งเติมความรู้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ให้ความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จนได้เกิดผลลัพธ์ความสำเร็จอย่างที่น่าพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุทธิกานต์ คงคล้ายและวินิตรา ลีละพัฒนา (2564) ศึกษาการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจชุมชนในภาวะวิกฤติโควิด (Covid-19) ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มมีแนวทางการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในช่วงโควิด-19 โดยนำแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อลดรายจ่าย มีการดำเนินกิจกรรมแบบบูรณาการร่วมกับวัดตามหลัก “บวร” และ การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้สำหรับการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ และแนวทางการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดให้แก่ประชาชน และธุรกิจชุมชนต่าง ๆ ในช่วงที่เกิดโควิด-19 และภาวะวิกฤติอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้องค์ความรู้ที่ได้รับดังนี้

1. การสร้างเสริมปรับวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อควบคู่ไปกับการพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจในชุมชน
2. การนำรูปแบบการทำงานในยุค New Normal มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการพัฒนาชุมชน โดยให้แต่ละชุมชนกำหนดกรอบและแบบแผนให้เป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน จากสถานการณ์ การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์และ สภาพการณ์ย่อมต้องดำเนินการให้เหมาะสมและทัน่วงที

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ หรือการสร้างรายได้ให้กับประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนเมือง
2. การส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมด้วยกัน เพื่อให้เกิดการดูแลกันและกันในชุมชนอย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. การส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและแนวปฏิบัติในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมให้กับประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้ทุกคนยึดถือแนวปฏิบัติร่วมกัน
2. ควรส่งเสริมการออกหน่วยเคลื่อนที่การให้ความรู้ การผ่อนคลายความเครียดในชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิดได้เร็วขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กันชลิกา อุตมะแก้ว และคณะ. (2564). ผลกระทบและการปรับตัวของการท่องเที่ยวชุมชนจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ในเขตพื้นที่หมู่บ้านขุนกลาง ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารช่วงฝน*, 15(2), 16-30.
- ชนันรัตน์ ชุตโรธสง. (2560). การปรับตัวของประชาชนในเหตุการณ์ความไม่สงบ เขตพื้นที่เขตใต้ขอนแก่นรวมมิตร จังหวัดยะลา. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ทองคำดี แสงสว่างวัฒนะ, นิพนธ์ ศิริไสยาสน์ และโชติ บดีรัฐ. (2563). "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19: การงาน การเรียน และธุรกิจ. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(3), 371-386.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และธีระพงษ์ ทศวัฒน์. (2562). กระบวนการปรับตัวของชุมชนท่าเสาอ่านท่ามกลางกระแสสังคมอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: *วารสารมหาจุฬานาครทรรค์*, 6(10).
- พัฒน์กมล อ่อนสำลี. (2564). การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(1), 195-206.

พระใบฎีกากิตติพงษ์ สีสสุโท และสุชน ประวัติดี. (2563). การปรับตัวพฤติกรรมสุขภาวะองค์รวมของมนุษย์ในสังคมไทยกับโรคโควิด-19 ตามหลักพุทธจิตวิทยา. วารสารมหาจุฬาริชาการ, 7(3), 85-96.

ภาณุพงศ์ สามารถ. (2564). การสำรวจการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 จังหวัดนครนายก. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 16(2), 52-71.

วิบูลย์ บุญลอย, อธิกร วรบำรุงกุล, มนตรี วิชัยวงศ์ และเริงวิทย์ นิลโคตร. (2564). โควิด-19 กับการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาและสังคม. ศึกษาศาสตรสารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 5(1) 44-57.

วิเชียร มั่นแหล, บุญย้ง ประทุม, สุรศักดิ์ แก้วอ่อน และกรกฎ จำเียร. (2564). ผลกระทบและการปรับตัวของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์, 8(11), 327-340.

ศศพัทธ์ เมฆรา และนพชัย ฟองอิสสระ. (2560). การปรับตัวของชุมชนภายใต้สังคมกึ่งเมืองกึ่งชนบท: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลดงมะตา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย. นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13: วิจัยและนวัตกรรม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม.

คันสนีย์ กระจำโนม กรวรรณ สังขกร และนิเวศน์ พูนสุขเจริญ. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวของภาคการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนภายใต้วิกฤติการณ์การระบาดโควิด19. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 41(1), 1-20.

ศุทธิกานต์ คงคล้าย และวินิตรา ลีละพัฒนา. (2564). การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจชุมชน
ในภาวะวิกฤติโควิด (Covid-19): กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทองทุ่งควัวด์. การประชุมสนวนสุนันทาวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 เรื่อง “การยกระดับงานวิจัยสู่นวัตกรรม”. หน้า 761 - 779

สมชาย หาญหิรัญ. (2563). วิสาหกิจชุมชนเปลี่ยนเพื่ออยู่. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2, 2564, จาก <https://www.thansettakij.com/content/>

สุภางค์ จันทวานิช. (2554). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 19). กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.

- สำนักนโยบายการคลัง. (2563). แลงข่าวมาตรการเยียวยา 5,000 บาท (3 เดือน). ข่าวกระทรวงการคลังฉบับที่ 27/2563, สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2, 2564 จาก <https://www.mof.go.th/index.php/th/detail/1543205599/2020-03-26-18-26-01>
- อรรถพล ศิริเวชพันธุ์. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองชะอำเภอย้ายทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**, 12(1), 58-75.
- อนุสรณ์ ธรรมใจ. (2563). จับตาประเมินไวรัสโคโรนากระทบเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2, 2564, จาก <https://www.tcijthai.com/news/2020/2/watch/9839>.
- Roy, Sr. C., & Andrews, H. (1999). The Roy adaptation model (2nd ed.). Stamford, CT: Appleton & Lange

การเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนใน พื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

Civil Politics Based on Democracy of The People in

Dusit Area Bangkok

ลฎาภา นวลอินทร์¹, วิจิตรา ศรีสอน²

Ladapa Nualin, Wijittra Srisorn

Received: September 28, 2023, revised: December 15, 2023, Accepted:

February 27, 2024

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร และ 2. เพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักในชุมชนได้แก่ผู้นำชุมชน ตัวแทนนักการเมือง ประชาชนชุมชน ผู้อาวุโสชุมชนในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 แขวง 7 ชุมชน 1) แขวงถนนนครไชยศรี 2) แขวงสี่แยกมหานาค 3) แขวงวรวิหาร 4) แขวงดุสิต 5) แขวงสวนจิตรลดา รวมทั้งสิ้นจำนวน 25 คน วิเคราะห์ด้วยการตีความสร้างข้อสรุป

¹ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Master of Political Science Program (Politics and Government) College of Politics and Governance Suan Sunandha Rajabhat University. Email: s64563825025@ssru.ac.th

² วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา College of Politics and Governance Suan Sunandha Rajabhat University. Email: wijittra.sr@ssru.ac.th

ผลการศึกษาพบว่าปัญหาการเมืองภาคพลเมืองส่วนใหญ่เกิดจากการสร้างความชอบธรรมในการเมือง กิจกรรมทางการเมืองกระทบต่อสิทธิวิถีชีวิตของประชาชน รูปแบบการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยได้แก่ การออกเสียงประชามติ ประชาพิจารณ์ การอภิปรายสาธารณะ การริเริ่มกฎหมายโดยประชาชน และรูปแบบอื่น ๆ เช่น การนัดหยุดงาน การชุมนุมประท้วง เป็นต้นแนวทางการเสริมสร้างการเมืองภาคพลเมืองพบว่า การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมที่อยู่บนบรรทัดฐานร่วมกัน การจัดตั้งองค์กรประชาชนที่เข้มแข็ง มีระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพทันต่อสถานการณ์ และสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง การส่งเสริมให้มีระเบียบวิธีที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการเมือง การจัดกิจกรรมทางการเมืองให้มีการสร้างสรรค์ การส่งเสริมการกล่อมเกลາทางการเมืองของประชาชน การจัดให้มีการส่งเสริมภาวะผู้นำใหม่ทางการเมืองที่ไม่เน้นการแข่งขันทางอำนาจหรือสร้างความขัดแย้ง การสร้างทางเลือกใหม่ ให้แก่ประชาชนที่หลากหลายอยู่บนพื้นฐานของมิติทางสังคม การสร้างอุดมการณ์ทางการเมืองภาคพลเมืองแยกเป็นเอกเทศและสามารถสร้างแรงบันดาลใจทางการเมืองให้แก่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกิดความขัดแย้งหรือแตกแยกในสังคม

คำสำคัญ (Keywords): การเมืองภาคพลเมือง, รูปแบบการเมืองภาคพลเมือง, การเสริมสร้างการเมือง

Abstract

This study are: 1. To study civil politics based on democracy of the people in the Dusit area. Bangkok and 2. To study ways to strengthen civil politics based on democracy of the people in the Dusit area. Bangkok using a qualitative research model. Data were collected from key informants in the Community, namely community leaders, politician representatives, community philosophers, and community elders in Dusit

district. Bangkok consists of 5 sub-districts, 7 communities 1) Nakhonchaisri Road Subdistrict 2) Mahanak Intersection Subdistrict 3) Wachira Phayaban District 4) Dusit Subdistrict 5) Suan Chitralada Subdistrict total of 25 people were analyzed by interpretation to create conclusions. The study found that: Most problems in civil politics arise from the creation of legitimacy in politics. Political activities affect the rights and livelihoods of the people. Civil political model based on democracy including referendum, public hearing, public debate citizen-led legislation and other formats such as strike protests, etc. Guidelines for strengthening civic politics found that Promotion of participatory processes based on common norms establishing a strong people's organization. There is an efficient database system to keep up with the situation. and able to distribute information widely. Promoting effective and appropriate methodologies in line with the political situation organizing political activities to be creative promoting the political refinement of the people. The provision of a new political leadership promotion that does not focus on power competition or conflict. creating new alternatives to a diverse population based on social dimensions. Creating an independent citizen political ideology and effectively inspiring political inspiration for the people. However, there must not be conflicts or divisions in society.

Keywords: Civil Politics, Civil Political Models, Politics Enhancement

บทนำ (Introduction)

บริบทของการเมืองภาคพลเมืองในปัจจุบันยิ่งปรากฏให้เห็นเด่นชัด และยึดครองความชอบธรรมในพื้นที่ทางการเมืองไทยมากขึ้น และได้สร้างความเชื่อให้เกิดขึ้น

ต่อสังคมว่าจะเป็นแนวทางที่การเมืองไทยไขว่คว้าแสวงหา เพราะการเมืองภาคพลเมือง ห้อมล้อมด้วยพลังของประชาชนโดยตรง ในขณะที่พลังทางการเมืองของภาคตัวแทน เสื่อมทรุดลงทุกขณะ และหากการเมืองภาคตัวแทนไม่มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ย่อมจะสูญเสียความชอบธรรมในการดำเนินการใด ๆ ในฐานะผู้รับฉันทามติจากประชาชนในที่สุด (พระอโณทัย กตปุณโญ และคณะ, 2564) ดังนั้น เมื่อลำพังประชาธิปไตยแบบตัวแทนไม่เพียงพอต่อการแก้ไขปัญหาประเทศได้ ในขณะเดียวกันพยายามหาพลังจากภาคส่วนอื่น ๆ ที่สามารถจะทำให้ระบบการเมืองการปกครองไทยเป็นประชาธิปไตยที่แท้จริงและมีประสิทธิภาพในการดูแลทุกข์สุขของประชาชนในชาติ ให้ได้ การกลับไปทำความเข้าใจและให้ความสำคัญต่อบทบาทของประชาชนเจ้าอำนาจอธิปไตย อันเป็นต้นธารของระบอบประชาธิปไตย โดยการขยายประชาธิปไตยออกนอกเวทีการแข่งขันของนักการเมือง ทำให้มันมีลักษณะประชาธิปไตยทางตรงมากยิ่งขึ้น และอาศัยการมีส่วนร่วมทางการเมืองประชาชน สิ่งที่เกิดขึ้นจึงเป็นการหลุดพ้นจากกรอบแนวคิดของการเมืองแบบเดิม ที่ให้ความสำคัญต่ตัวนักการเมืองและพรรคการเมืองมาสู่แนวคิดของการเมืองแบบใหม่ ที่ให้ความสำคัญต่อการเคลื่อนไหวแสดงบทบาทของประชาชนและสังคมที่มีความหลากหลายแตกต่าง ในการร่วมกันพัฒนาและแก้ปัญหาของประเทศชาติ (ไพรัตน์ ฉิมหาต บัญญัติ แพรกปาน และสามิตร อ่อนคง, 2563)

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต เนื่องจากในพื้นที่เป็นพื้นที่สำคัญที่มีกิจกรรมทางการเมืองที่หลากหลายและต่อเนื่องทุกยุคทุกสมัย ทำให้ประชาชนในพื้นที่คุ้นชินกับเหตุการณ์สำคัญ ๆ ทางการเมือง และได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชน คือ การปล่อยผ่านและการไม่สามารถเข้าถึงกระบวนการทางการเมืองตามวิถีประชาธิปไตยอย่างแท้จริง ซึ่งปัญหาที่พบในพื้นที่คือ ความเบื่อหน่ายทางการเมือง ขาดการมีส่วนร่วมทางการเมือง การป้องกันตัวเมื่อเกิดเหตุการณ์อันตรายจากเหตุการณ์ทางการเมือง ทั้งนี้ สิ่งที่ประชาชนควรจะได้รับส่งเสริม คือ การเสริมสร้าง

การเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ ๆ หลายปัจจัย เช่น การออกเสียงประชามติ ประชาพิจารณ์ การอภิปรายสาธารณะ การริเริ่มกฎหมายโดยประชาชน และรูปแบบอื่น ๆ การนัดหยุดงาน การชุมนุมประท้วง ซึ่งผลของการศึกษานี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาทางการเสริมสร้างการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยในด้านต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับประชาชนในพื้นที่เขตดุสิตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามครั้งนี้เป็นชุมชนในเขตดุสิต จำนวน 7 ชุมชน การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบแบ่งชั้นตามวัตถุประสงค์ หรือการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Stratified Purposeful Sampling or Quota Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจะถูกแบ่งย่อย ๆ ตามคุณลักษณะประกอบด้วยตัวแทนผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากผู้นำชุมชน ตัวแทนนักการเมือง ประชาชนชุมชน และผู้อาวุโส จาก 7 ชุมชน รวมทั้งสิ้น 25 คน

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ประกอบด้วยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดขอบเขต คำถามให้ครอบคลุมโดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำร่างแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและแก้ไขปรับปรุง แล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้อง

ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ความถูกต้องของรูปแบบและการใช้ภาษา เพื่อความถูกต้องตามหลักวิชาการและเพื่อความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยในแบบสัมภาษณ์จะปรากฏรายละเอียดเบื้องต้นเกี่ยวกับชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ วันที่ให้สัมภาษณ์ เวลา สถานที่ ที่อยู่ของผู้ให้สัมภาษณ์ สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์ การศึกษา อายุและมีประเด็นที่การสัมภาษณ์ผู้วิจัยมุ่งหมาย สร้างประเด็นคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลในการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างทำการบันทึกข้อมูลตามประเด็นต่างๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน มีนาคม – พฤษภาคม 2566

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์จะเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ และจดบันทึก ใช้การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากเอกสาร คำสัมภาษณ์ โดยพยายามค้นหา วิเคราะห์ และตีความหมายที่แฝงอยู่ในข้อความเหล่านั้น แล้วนำมาสรุปเป็นข้อความบรรยาย

ผลการวิจัย (Research Results)

การศึกษาการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สามารถนำเสนอประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. สภาพปัญหาการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร พบว่า สภาพปัญหาการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร กล่าวได้ว่าปัญหาการเมืองภาคพลเมืองส่วนใหญ่เกิดจากการสร้างความชอบธรรมในการเมือง กิจกรรมทางการเมืองกระทบต่อสิทธิ วิธีชีวิตของประชาชน ขาดการมีส่วนร่วม ขาดการรวมพลังของ

หลาย ๆ ฝ่ายในการผลักดัน ไม่มีพื้นที่เวทีกลางในการแสดงความคิดเห็น ของประชาชน อย่างชัดเจน ยังไม่มีองค์การอิสระให้การสนับสนุนการทำงานของภาคพลเมือง ยังไม่มี องค์การภาคประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม การรณรงค์เพื่อการเรียนรู้ประชาธิปไตยยังไม่มี กระบวนการตรวจสอบอย่างชัดเจน

2. การเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร พบว่า การออกเสียงประชามติ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ แสดงความคิดเห็นในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อนหน่วยงานภาครัฐนำกิจกรรมไปปฏิบัติ การ แสดงความคิดเห็นโดยสมัครใจ ชอบหรือไม่ชอบกิจกรรมนั้น การประชาพิจารณ์เป็นการ เปิดโอกาสให้ประชาชนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรม โครงการหรือ การดำเนินการ ของรัฐ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรม เป็นการทำงานควบคู่กับการมีส่วนร่วมใน การตรวจสอบการมีอำนาจรัฐ เพื่อการพัฒนาคติของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นและ เป้าหมายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเลือกนโยบาย และการปฏิบัติตามนโยบาย การอภิปราย สาธารณะ เป็นการอภิปรายเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากร และการตัดสินใจของ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งประชาชนต้องรับทราบ รับรู้ เป็นการสื่อสารไปถึงประชาชนภาค พลเมืองให้มากที่สุด การริเริ่มกฎหมายโดยประชาชนเป็นการเริ่มกฎหมายคงเป็นเพียง เจตนารมณ์ของกฎหมายที่ให้ประชาชนได้เข้าระบบการเมือง เพื่อเสนอร่างกฎหมายที่ เห็นควร แต่แนวปฏิบัติยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจนที่ประชาชนจะสามารถเข้าร่วมได้จริง รูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ การนัดหยุดงาน การชุมนุมประท้วง เป็นวิธีการที่สัมพันธ์กับเงื่อนไข ความไม่เป็นธรรมทางเศรษฐกิจ จึงทำการกดดันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่ม ด้วยรูปแบบ ต่าง ๆ ส่วนการชุมนุมประท้วงนั้นเป็นการกระทำร่วมกันที่สัมพันธ์กับสิทธิทางการเมืองและสิทธิทางสังคม เริ่มจากฝูงชนมาร่วมประชุมกัน อย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ โดยอาจจะมีกิจกรรมการเล่นดนตรีเพื่อชีวิตหรือดนตรีร็อค มีการอภิปราย โจมตี วิพากษ์วิจารณ์ฝ่ายตรงกันข้าม เช่น ข้าราชการหรือฝ่ายการเมือง มีการจัดตั้งองค์กร ปฏิบัติการด้วย จากนั้นก็จะมีข้อเสนอเรียกร้องหรือคำอุทธรณ์ต่าง ๆ หรืออาจจะมี การเคลื่อนย้ายสถานที่มากกว่าหนึ่งสถานที่ก็ได้

3. แนวทางการเสริมสร้างการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร มีแนวทางการเสริมสร้างการเมืองในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามารถทางการเมืองสูงขึ้น เป็นไปด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม มีการฝึกฝน ถ่ายทอด แลกเปลี่ยนและเผยแพร่ทักษะความรู้กันอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง การเจรจาอย่างสันติ การใช้ความรอบคอบในการปฏิบัติงาน

3.2 การส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองแบบพลเมืองของประชาชน เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมในการการสร้างขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี แนวความคิด และจริยธรรมที่สามารถใช้เป็นบรรทัดฐานร่วมกันได้โดยพัฒนาจากสิ่งที่มีอยู่เดิมในชุมชนนั้นและต่อยอดให้เกิดการพัฒนายิ่งขึ้น

3.3 การส่งเสริมสถาบันทางการเมืองของประชาชนให้เข้มแข็งขึ้น มีการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งองค์กรประชาชนที่เข้มแข็ง สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อย่างแท้จริง

3.4 การส่งเสริมขบวนการทางการเมืองของประชาชน เป็นการดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นรูปธรรม มีกิจกรรมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมซึ่งสัมพันธ์กันในทุกมิติ และมีการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันกับส่วนอื่นของสังคม

3.5 การส่งเสริมเครือข่ายทางการเมืองของประชาชน การเชื่อมโยงและการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายนอก ทั้งในทางราบและทางตั้ง มีการแบ่งงานกันทำและมีการยึดโยงกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด ในการผลักดันเพื่อแก้ปัญหาในสังคม

3.6 การส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนให้แพร่หลาย เป็นการจัดให้มีระบบสารสนเทศ มีระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพฉบับไวทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันและสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และการปรับความทันสมัยของข้อมูล

3.7 การส่งเสริมมาตรการและกลยุทธ์ทางการเมืองของประชาชน เป็นการส่งเสริมให้มีระเบียบวิธีที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการเมืองและเป้าหมายทางการเมืองที่ต้องการบรรลุด้วย รวมทั้งสามารถใช้ประโยชน์จากเงื่อนไขของกฎหมาย รัฐธรรมนูญ โอกาส สิทธิและเสรีภาพทางการเมือง

3.8 การส่งเสริมบรรทัดฐานทางการเมืองของประชาชน เป็นการจัดกิจกรรมทางการเมืองให้มีการสร้างสรรค์ สัมมนาจากแนวคิดพื้นฐานของสังคม มีการปลูกฝังและสืบสานจารีตประเพณี ดั้งเดิมของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการเมืองภาคพลเมืองขึ้นมาเพื่อสร้างกิจกรรมทางการเมืองรองรับอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

3.9 การส่งเสริมการกล่อมเกลາทางการเมืองของประชาชน เป็นการจัดให้มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างทัศนคติ ค่านิยมและหล่อหลอมพฤติกรรมทางการเมืองในภาคพลเมืองในระหว่างเครือข่ายการเมืองภาคพลเมืองด้วยกันเอง ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง เพื่อร่วมกันผลักดันแนวคิด หรือกิจกรรมทางการเมืองให้เกิดกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์

3.10 การส่งเสริมให้มีการสร้างผู้นำประชาชนทดแทน เป็นการจัดให้มีการพัฒนาประชาชน เยาวชน บุคลากรหรือทรัพยากรบุคลากรทางการเมืองภาคพลเมือง มีกิจกรรมการสร้างยุวชนการเมืองภาคการเปิดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การส่งเสริมให้ประชาชนกำหนดหลักสูตรการศึกษา เรียนรู้และฝึกฝนทักษะใหม่ ๆ ที่มีความก้าวหน้า ยิ่ง ๆ ขึ้น

3.11 การส่งเสริมภาวะผู้นำทางการเมืองในหมู่ประชาชน เป็นการจัดให้มีการส่งเสริมภาวะผู้นำใหม่ทางการเมืองที่ไม่เน้นการแข่งขันทางอำนาจหรือสร้างความขัดแย้ง แต่เน้นความสำคัญของการมีภาวะผู้นำทางการเมืองแบบพลเมือง เป็นผู้นำสร้างสรรค์ เข้าใจบริบทสังคม พัฒนาสังคมบนพื้นฐานของสังคมอย่างแท้จริง รวมถึงต้องไม่สร้างความขัดแย้งให้เกิดขึ้นในสังคม

3.12 การส่งเสริมให้ประชาชนมีทางเลือก เป็นการจัดให้มีการสร้างทางเลือกใหม่ให้แก่ประชาชนที่หลากหลายอยู่บนพื้นฐานของมิติทางสังคม หรือบนบรรทัดฐานทางสังคม

3.13 การส่งเสริมอุดมการณ์ทางการเมืองในหมู่ประชาชน เป็นการจัดให้มีการสร้างอุดมการณ์ทางการเมืองภาคพลเมืองแยกเป็นเอกเทศต่างหากจากกรอบอุดมการณ์ทางการเมืองที่พรรคการเมืองนำเสนอและสามารถสร้างแรงบันดาลใจทางการเมืองให้แก่ประชาชน

อภิปรายผล (Research Discussion)

จากผลการวิจัยที่ค้นพบผู้วิจัยนำเสนอประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย และอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร พบว่าการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) การออกเสียงประชามติเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อนหน่วยงานภาครัฐนำกิจกรรมไปปฏิบัติ การแสดงความคิดเห็นโดยสมัครใจ ชอบหรือไม่ชอบกิจกรรมนั้น ซึ่งเป็นการแสดงออกที่หลากหลาย ๆ คนให้การยอมรับ การร่วมตัดสินใจในกิจกรรมของรัฐเป็นการส่งเสริมสิทธิให้ประชาชนในการตัดสินใจต่อกิจการหรืองานใด ๆ สนับสนุนหลักการสำคัญของระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง เป้าหมายเพื่อเพิ่มช่องทางให้ประชาชนมีสิทธิร่วมแบ่งปันการใช้อำนาจตลอดจนกระบวนการตัดสินใจทางการเมืองหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ประชาชนได้รับผลกระทบ และเป็นกระบวนการที่ช่วยเสริมการมีส่วนร่วมกันปกครองตนเองโดยตรงของพลเมือง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศรัณยู หมั่นทรัพย์ (2560) ที่กล่าวถึงรูปแบบการเมืองภาคพลเมืองการออกเสียงประชามติ การออกเสียงประชามติเป็นรูปแบบหนึ่งของการเมืองภาคพลเมืองที่ให้ประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนลงคะแนนออกเสียงในกิจกรรมหรือประเด็นต่าง ๆ ว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจของรัฐในกิจกรรมหรือประเด็นนั้น

2) ประชาพิจารณ์กล่าวคือ การประชาพิจารณ์เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรม โครงการ หรือ การดำเนินการของรัฐ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรม เป็นการทำงานควบคู่กับการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการมีอำนาจรัฐ เพื่อการฟังทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นและเป้าหมายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเลือกนโยบาย และการปฏิบัติตามนโยบาย เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับการตัดสินใจ หรือโครงการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของประชาชนในภาพรวม เป็นกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในปัญหา เป็นการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้ได้รับความเดือดร้อนหรือความเสียหายโดยตรงจากการดำเนินงานตามโครงการของรัฐ รับฟังความคิดเห็นของประชาชนก่อนเริ่มดำเนินการโครงการของรัฐ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการเมืองภาคพลเมืองของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2560) ที่กล่าวว่า ประชาพิจารณ์ เป็นรูปแบบการดำเนินการโดยราชการหรือรัฐที่ให้ประชาชนมาร่วม อาจจะมาจากความประสงค์ของราชการ หรือการที่ประชาชนเคลื่อนไหว เพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการได้โอกาสเข้าร่วม

3) การอภิปรายสาธารณะในพื้นที่นั้นกล่าวคือ เป็นการอภิปรายเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากร และการตัดสินใจของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งประชาชนต้องรับทราบรับรู้ เป็นการสื่อสารไปถึงประชาชนภาคพลเมืองให้มากที่สุด ในรูปแบบต่าง ๆ มีการถ่ายทอดความรู้ กิจกรรม ความหมายของกิจกรรมการพัฒนาพื้นที่ให้กับภาคพลเมืองได้เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และร่วมตัดสินใจในกิจกรรมของนโยบายสาธารณะ และเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นสำหรับโครงการที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อม หรือการปรับปรุงพื้นที่หรือผังเมือง และเป็นโครงการที่มีความเสี่ยงทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการเมืองภาคพลเมืองของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2560) ที่กล่าวว่า การอภิปรายสาธารณะการอภิปรายสาธารณะหรือการถกแถลงของประชาชน เป็นกลไกของการเมืองภาคพลเมือง แต่ในสังคมไทยยังมีคำอื่น ๆ ที่มีนัยเดียวกัน

4) การริเริ่มกฎหมายโดยประชาชน การริเริ่มกฎหมายคงเป็นเพียงเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ประชาชนได้เข้าระบบการเมือง เพื่อเสนอร่างกฎหมายที่เห็นควร แต่แนวปฏิบัติยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจนที่ประชาชนจะสามารถเข้าร่วมได้จริง ซึ่งการริเริ่มกฎหมายจากประชาชนนั้นมีทั้งทางตรง คือ ลงชื่อเสนอกฎหมายได้เลย และทางอ้อม คือ การพิจารณาหลังมติไม่ผ่าน การร่างข้อกฎหมายนั้น ประชาชนต้องเข้าใจกระบวนการริเริ่มการเสนอกฎหมายก่อน ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากชุมชนท้องถิ่นเพื่อส่งต่อผู้มีหน้าที่ในการพิจารณาและนำเสนอไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการเมืองภาคพลเมืองของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2560) ที่กล่าวว่าการริเริ่มกฎหมายโดยประชาชนการริเริ่มกฎหมายโดยประชาชน เป็นมาตรการที่สำคัญในการที่จะให้ระบบการเมือง รับผิดชอบต่อเจตนารมณ์ของประชาชนหรือผู้มีสิทธิเลือกตั้งตามจำนวนที่กำหนด สามารถเสนอร่างกฎหมายที่เห็นสมควรเข้าสู่กระบวนการพิจารณาสาธารณะและโดยทั่วไปแล้วการริเริ่มร่างกฎหมาย จะตามมาด้วยการลงประชามติ ให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งตัดสินใจในขั้นสุดท้าย

5) รูปแบบอื่น ๆ การนัดหยุดงาน การชุมนุมประท้วงเป็น วิธีการที่สัมพันธ์กับเงื่อนไขความไม่เป็นธรรมทางเศรษฐกิจ จึงทำการกดดันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่ม ด้วยรูปแบบต่าง ๆ ส่วนการชุมนุมประท้วงนั้นเป็นการกระทำร่วมกันที่จะสัมพันธ์กับสิทธิทางการเมืองและสิทธิทางสังคม เริ่มจากฝูงชนมาร่วมประชุมกัน อย่างเปิดเผยในที่สาธารณะโดยอาจจะมีการเล่นเกมการเล่นดนตรีเพื่อชีวิตหรือดนตรีร็อก มีการอภิปราย โจมตีวิพากษ์วิจารณ์ฝ่ายตรงกันข้าม เช่น ข้าราชการหรือฝ่ายการเมือง มีการจัดตั้งองค์กรปฏิบัติการด้วย จากนั้นก็จะมีการเสนอข้อเรียกร้องหรือคำอุทธรณ์ต่าง ๆ หรืออาจจะมีการเคลื่อนย้ายสถานที่ มากกว่าหนึ่งสถานที่ก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการเมืองภาคพลเมืองของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2560) ที่กล่าวว่าการนัดหยุดงาน การชุมนุมประท้วง ฯลฯ พบว่า การนัดหยุดงานมักจะเป็น วิธีการที่สัมพันธ์กับเงื่อนไขความไม่เป็นธรรมทางเศรษฐกิจ จึงทำการกดดันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่ม ด้วยรูปแบบต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างการเมืองภาคพลเมืองบนพื้นฐานประชาธิปไตยของประชาชนในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร มีแนวทางการเสริมสร้างการเมืองในประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย

1) การส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามารถทางการเมืองสูงขึ้น ต้องเป็นไปด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม มีการฝึกฝน ถ่ายทอด แลกเปลี่ยนและเผยแพร่ทักษะความรู้กันอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิศมัย วงศ์จำปา และพระครูพิศาลสรกิจ (2560) ศึกษาภาคประชาชนกับการเคลื่อนไหวทางการเมืองในจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่ายุทธวิธีการเคลื่อนไหวของกลุ่มการเมืองภาคประชาชน โดยการแสดงออกของกลุ่มการเมืองในเชิงสัญลักษณ์ การชุมนุมหรือการระดมมวลชน การทำข้อเสนอหรือข้อเรียกร้อง การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงในการพัฒนาท้องถิ่น และการสานเสวนาทางออก

2) การส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองแบบพลเมืองของประชาชนเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมในการการสร้างความชอบธรรมนิยม จารีตประเพณี แนวความคิด และจริยธรรมที่สามารถใช้เป็นบรรทัดฐานร่วมกันได้หรือเป็นต้นแบบในการถ่ายทอดแบบแผนพฤติกรรมทางการเมืองร่วมกันได้โดยพัฒนาจากสิ่งที่มีอยู่เดิมในชุมชนนั้นและต่อยอดให้เกิดการพัฒนายิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระเมธาวิญญู (สุเทพ พุทธจรรยา) (2563) การเมืองภาคพลเมือง: การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนถือว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตยเพราะทำให้เกิดความสมบูรณ์ของการปกครองในระบอบนี้

3) การส่งเสริมสถาบันทางการเมืองของประชาชนให้เข้มแข็งขึ้น ต้องมีการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งองค์กรประชาชนที่เข้มแข็ง สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความต่อเนื่องในการปฏิบัติภาระหน้าที่อย่างเป็นระบบ มีการกระจายอย่างทั่วถึง สามารถพึ่งพาตัวเองได้และสามารถเผชิญกับปัญหาแรงกดดันได้อย่างหนักแน่นมั่นคง มีการพัฒนาและหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงผู้นำและบุคลากรที่มีความสามารถได้โดยราบรื่นและถ่ายโอนภารกิจอย่างต่อเนื่องและต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของ

ประชาชนในพื้นที่อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอนุชาติ พวงสำลี และกฤติยา อาชวนิจกุล (2562) ที่กล่าวไว้ว่าการส่งเสริมสถาบันทางการเมืองของประชาชนให้เข้มแข็งขึ้นโดยส่งเสริมให้มีการจัดตั้งองค์กรประชาชนที่เข้มแข็ง สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความต่อเนื่องในการปฏิบัติภาระหน้าที่อย่างเป็นระบบมีการกระจายอย่างทั่วถึง สามารถพึ่งพาตัวเองได้

4) การส่งเสริมขบวนการทางการเมืองของประชาชน เป็นการดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นรูปธรรม มีกิจกรรมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมซึ่งสัมพันธ์กันในทุกมิติและมีการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันกับส่วนอื่นของสังคม โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ ซึ่งชุมชนได้รับผลกระทบอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นด้านของค่าครองชีพ รายรับรายจ่าย ซึ่งขบวนการทั้งหมดนั้นต้องมีการพัฒนาให้ก้าวหน้าสูงขึ้น และเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระโณทัย กตปุญโญ เต็มศักดิ์ ทองอินทร์ และธัชชนันท์ อิศรเดช (2564) การส่งเสริมจิตสำนึกการเมืองภาคพลเมืองเพื่อพัฒนาระบบประชาธิปไตย ของประชาชน อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ผลการวิจัยพบว่าประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ตามรัฐธรรมนูญที่ถูกต้องประชาชนยังไม่ได้รับการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ และการให้ความร่วมมือรวมถึงการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้กับประชาชนด้านความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ตามรัฐธรรมนูญที่ถูกต้อง

5) การส่งเสริมเครือข่ายทางการเมืองของประชาชนการเชื่อมโยงและการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายนอก ทั้งในทางราบและทางตั้ง มีการแบ่งงานกันทำและมีการยึดโยงกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด ในการผลักดันเพื่อแก้ปัญหาในสังคม พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อร่วมกันทำงานผลักดันในการพัฒนาสังคมอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระกฤษฎายุทธ ธมมวโร (2564) การมีส่วนร่วมทางการเมืองภาคพลเมืองในการทวงฝันป่าดอยสุเทพ (ป่าแห่ง) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าช่องทางการเข้าร่วมกิจกรรมมีน้อยและการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ดังนั้น ควรเพิ่มช่องทางในการเข้าร่วมกิจกรรมให้มากขึ้นและควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึง

6) การส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนให้แพร่หลายเป็นการจัดให้มีระบบสารสนเทศ มีระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพฉบับไวทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันและสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และการปรับความทันสมัยของข้อมูล ตลอดจนระบบการบริการและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพสูงและยืดหยุ่นสูงด้วย เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างแพร่หลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธมกร ทยาประศาสน์, ธรรมนิษฐ์ วราภรณ์ และชัยยศ จินารัตน์ (2565) การใช้สื่อออนไลน์และความรู้ทางการเมืองที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยทำกิจกรรมสาธารณะหรือการกุศลมาก่อนเลย และนิยมใช้ Facebook ความสามารถส่วนบุคคล อธิบายความแปรปรวนร่วมกันกับความรอบรู้ภายนอก และกระบวนการทางการเมืองมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองภาคพลเมืองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีสัมประสิทธิ์พหุการร่วมกันได้ที่ร้อยละ 92

7) การส่งเสริมมาตรการและกลยุทธ์ทางการเมืองของประชาชน เป็นการส่งเสริมให้มีระเบียบวิธีที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการเมืองและเป้าหมายทางการเมืองที่ต้องการบรรลุด้วย รวมทั้งสามารถใช้ประโยชน์จากเงื่อนไขของกฎหมาย รัฐธรรมนูญ โอกาสสิทธิและเสรีภาพทางการเมือง การใช้ทรัพยากรทางการเมืองให้มีประสิทธิผลทางการเมือง โดยมาตรการและกลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อใช้ในการประสานประโยชน์และลดความขัดแย้ง การกดดัน เจริญต่อรอง ควบคุมตรวจสอบ การเจาะลึกและเกาะติดกับกรณีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนทร ธนศิลป์พิชิต, ทักษิณณ์ เหล่าสุวรรณ และปิยลักษณ์ โพธิ์วรรณ (2564) แบบแผนกระบวนการสร้างอำนาจทางการเมืองภาคประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า การที่ภาคประชาชน สามารถสร้างแบบแผนกระบวนการสร้างอำนาจทางการเมืองของตนให้เกิดความเข้มแข็งขึ้นได้นั้น เกิดจากการรวมกลุ่มทางการเมืองที่มีความเข้มแข็ง มีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีแบบแผน มีขั้นตอนการจัดระเบียบองค์กรโดยมีองค์กรต่าง ๆ เข้าร่วมและแต่ละองค์กรมีกลยุทธ์

หรือเป้าหมายเฉพาะมีการประสานงาน และอุดมการณ์ร่วมกัน มีการพัฒนาไปสู่การจัดการองค์การร่วมกัน จึงนำไปสู่การสร้างแบบแผนกระบวนการสร้างอำนาจทางการเมืองภาคประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความเข้มแข็งมากขึ้น

8) การส่งเสริมบรรทัดฐานทางการเมืองของประชาชน เป็นการจัดการกิจกรรมทางการเมืองเองให้มีการสร้างสรรค์ สืบสมมาจากแนวคิดพื้นฐานของสังคม มีการปลูกฝังและสืบสานจารีตประเพณี ดั้งเดิมของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ภาคพลเมืองขึ้นมาเพื่อสร้างกิจกรรมทางการเมืองรองรับอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิศมัย วงศ์จำปา และพระครูพิศาลสรกิจ (2560) ศึกษาภาคประชาชนกับการเคลื่อนไหวทางการเมืองในจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาการเมืองภาคประชาชนสู่การจัดการชุมชนท้องถิ่น จะต้องสร้างวัฒนธรรมการเมืองอย่างสร้างสรรค์ ครอบครัวหรือสถาบันการศึกษามีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง รวมถึงปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมตั้งแต่เด็กเยาวชน ให้ทุกคนมีจิตสำนึกที่ดีต่อครอบครัว ชุมชน และสังคม แยกแยะบทบาทหน้าที่ทางการเมือง และสิ่งสำคัญ คือ ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น และเป็นการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการและสภาพปัญหาของคนในชุมชน

9) การส่งเสริมการกล่อมเกลາทางการเมืองของประชาชน เป็นการจัดการให้มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างทัศนคติ ค่านิยมและหล่อหลอมพฤติกรรมทางการเมืองในภาคพลเมืองในระหว่างเครือข่ายการเมืองภาคพลเมืองด้วยตนเอง ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง เพื่อร่วมกันผลักดันแนวคิด หรือกิจกรรมทางการเมืองให้เกิดกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปริญญ์ เทวานฤมิตรกุล (2560) ที่กล่าวว่าการส่งเสริมการกล่อมเกลາทางการเมืองของประชาชน โดยจัดให้มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างทัศนคติ ค่านิยมและหล่อหลอมพฤติกรรมทางการเมืองในภาคพลเมืองในระหว่างเครือข่ายการเมืองภาคพลเมืองด้วยตนเอง

10) การส่งเสริมให้มีการสร้างผู้นำประชาชนทดแทน เป็นการจัดการให้มีการพัฒนาประชาชน เยาวชน บุคลากรหรือทรัพยากรบุคลากรทางการเมืองภาค

พลเมือง มีกิจกรรมการสร้างชุมชนการเมืองภาคการเปิดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การส่งเสริมให้ประชาชนกำหนดหลักสูตรการศึกษา เรียนรู้และฝึกฝนทักษะใหม่ ๆ ที่มีความก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้น และส่งต่อกิจกรรมทางการเมืองจากรุ่นสู่รุ่นเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพรัตน์ ฉิมหาด บัญญัติ แพรกปาน และสามิตร อ่อนคง. (2563) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำที่แท้จริง การเข้าร่วมภาคพลเมือง และการพัฒนาการเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาการเมืองประชาธิปไตยอภิปรัชญาประกอบด้วย เพศ ความเห็นเกี่ยวกับการมีวินัยในยุคปัจจุบัน ความเห็นเกี่ยวกับศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ผสมรวมกับคุณลักษณะของภาวะผู้นำที่แท้จริงด้านความเสมอต้นเสมอปลาย การเข้าร่วมของภาคพลเมืองด้าน การบริจาคทรัพย์ การสื่อสาร การประสานการทำงานร่วมกัน และการแบ่งปันข่าว

11) การส่งเสริมภาวะผู้นำทางการเมืองในหมู่ประชาชน เป็นการจัดให้มีการส่งเสริมภาวะผู้นำใหม่ทางการเมืองที่ไม่เน้นการแข่งขันทางอำนาจหรือสร้างความคิดแย้ง แต่เน้นความสำคัญของการมีภาวะผู้นำทางการเมืองแบบพลเมือง เป็นผู้นำสร้างสรรค์ เข้าใจบริบทสังคม พัฒนาสังคมบนพื้นฐานของสังคมอย่างแท้จริง รวมถึงต้องไม่สร้างความขัดแย้งให้เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุกิจ เหลืองสกุลไทย (2560) ที่กล่าวไว้เกี่ยวกับแนวทางประชาธิปไตย กล่าวคือการมีศรัทธาในความสามารถของมนุษย์ มีศรัทธาในสติปัญญามนุษย์สามารถร่วมมือร่วมใจกันทำงาน และการรู้จักหาเหตุผลความถูกต้องของมนุษย์ การสนับสนุนสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่กำลังพิจารณาอยู่ให้ชะลอไปเสียก่อน แล้วจึงร่วมกันตัดสินใจ

12) การส่งเสริมให้ประชาชนมีทางเลือก เป็นการจัดให้มีการสร้างทางเลือกใหม่ให้แก่ประชาชนที่หลากหลายอยู่บนพื้นฐานของมิติทางสังคม หรือบนบรรทัดฐานทางสังคม นอกจากแบบแผนดั้งเดิมที่เน้นการมีส่วนร่วมแบบทางอ้อม โดยเน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมแบบทางตรงมากขึ้นให้มีสิทธิมีส่วนในการตัดสินใจ ขยายโอกาสให้ประชาชนเป็นฝ่ายนำในกระบวนการตัดสินใจสาธารณะ โดยเฉพาะในการแก้

วิกฤติการณ์หรือปัญหาสำคัญทั้งระดับชุมชนและระดับชาติ รวมทั้งการแก้ไขปัญหา
กันเองระหว่างภาคีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพรัตน์ ฉิมหาต บัญญัติ
แพรภาน และสามิตร อ่อนคง (2563) การเมืองภาคพลเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง
เมืองในสังคมไทย การเมืองภาคพลเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็น
สถานการณ์ที่ประชาชนมีสิทธิและเสรีภาพในการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทาง
นโยบาย มีการกระจายอำนาจให้ประชาชนสามารถกำหนดวิถีชีวิตของตนเองโดยไม่
ละเมิดสิทธิของผู้อื่น ภายใต้กรอบของกฎหมาย และ

13) การส่งเสริมอุดมการณ์ทางการเมืองในหมู่ประชาชนเป็นการจัดให้มี
การสร้างอุดมการณ์ทางการเมืองภาคพลเมืองแยกเป็นเอกเทศต่างหากจากรอบ
อุดมการณ์ทางการเมืองที่พรรคการเมืองนำเสนอและสามารถสร้างแรงบันดาลใจทาง
การเมืองให้แก่ประชาชน ด้วยกันเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกิดความขัดแย้ง
หรือแตกแยกในสังคม พร้อมกับไม่ถูกรวบงำจากพรรคการเมือง จึงจะเป็นการเมือง
ภาคพลเมืองอย่างแท้จริงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิศมัย วงศ์จำปา และพระครู
พิศาลสรกิจ (2560) ศึกษาภาคประชาชนกับการเคลื่อนไหวทางการเมืองในจังหวัด
พะเยาผลการวิจัยพบว่า กลุ่มการเมืองในจังหวัดพะเยาประกอบด้วย กลุ่มการเมืองภาค
ประชาชน กลุ่มท้องถิ่น ท้องที่ และกลุ่มภาคประชาสังคม ลักษณะของกลุ่มเป็นการ
รวมตัวตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน มีกิจกรรมต่อเนื่อง มี
ผลประโยชน์ร่วมกัน แต่ละกลุ่มมีบทบาทเป็นตัวแทนของผลประโยชน์กลุ่มตนเอง มี
บทบาทในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เป็นลักษณะของกลุ่ม
ผลประโยชน์ที่มารวมตัวกันชั่วคราว เพื่อเรียกร้องในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เมื่อมีกิจกรรม
ร่วมกันบ่อยครั้ง ได้พัฒนามาสู่การรวมกลุ่มที่เป็นเชิงสถาบันมากขึ้น โดยมีโครงสร้าง
กลไกและกิจกรรมในการดำเนินงานในเชิงของการเรียกร้องผลประโยชน์ต่อสังคม และ
ประเทศชาติบทบาทการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มการเมือง ได้แก่ การสร้างการ
มีส่วนร่วมของประชาชนในสังคมประชาธิปไตย การตรวจสอบการทำงานของภาครัฐ
โดยทำหน้าที่เป็นองค์กรกลางที่จะรับเรื่องราวร้องเรียนต่าง ๆ ของประชาชน เสนอต่อ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การเมืองภาคพลเมืองในพื้นที่นั้น ต้องมีการกำหนดหรือสร้างบรรทัดฐานบนพื้นฐานทางสังคม เพื่อร่วมกันยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ และให้ประชาชนปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. การเมืองภาคพลเมืองในพื้นที่นั้นต้องได้รับยอมรับและมีฐานะชอบธรรมทางการเมือง มีการเคลื่อนไหวทางการเมืองที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของประชาชน
2. การเมืองภาคพลเมืองที่เกิดขึ้นต้องอาศัยภาคพลเมืองที่มีความเข้มแข็งและขับเคลื่อนด้วยอุดมการณ์ทางการเมืองที่ชัดเจน
3. กิจกรรมการเคลื่อนไหวทางการเมืองนั้นต้องเกิดจากการร่วมกัน เพื่อมุ่งแก้ปัญหาสังคมร่วมกัน พึงระวังความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง (References)

- ธมกร ทยาประศาสน์, ธรรมนิธย์ วราภรณ์ และชัยยศ จินารัตน์. (2565). การใช้สื่อออนไลน์และความรู้ทางการเมืองที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 7(2). 766 -780.
- ปริญญญา เทวานฤมิตรกุล. (2560). *การศึกษาเพื่อสร้างพลเมือง*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสร้างเสริมสุขภาพ.

- พระกฤษฎายุทธ ธมมวโร (2564).การมีส่วนร่วมทางการเมืองภาคพลเมืองในการทวง
คืนป่าดอยสุเทพ
(ป่าแห่ง) จังหวัดเชียงใหม่.วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์,
4(2). 2-11.
- พระเมธาวิเชียร (สุเทพ พุทธจรรยา). (2563). การเมืองภาคพลเมือง: การมีส่วนร่วม
ทางการเมือง.วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์, 3(2). 68 -72.
- พระอโณทัย กตปุญโญ เต็มศักดิ์ ทองอินทร์ และธัชชนันท์ อิศรเดช. (2564). การ
ส่งเสริมจิตสำนึกการเมืองภาคพลเมืองเพื่อการพัฒนาระบอบประชาธิปไตย
ของประชาชน อำเภอมืองแพร่ จังหวัดแพร่. วารสาร มจร สังคมศาสตร์
ปริทรรศน์, 48(9). 47-58.
- พิศมัย วงศ์จำปา และพระครูพิศาลสรกิจ. (2560). ภาคประชาชนกับการเคลื่อนไหว
ทางการเมือง
ในจังหวัดพะเยา. ทุนอุดหนุนการวิจัย ปีงบประมาณ 2560. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ไพรัตน์ ฉิมหาด บัญญัติ แพรกปาน และสามิตร อ่อนคง. (2563). การเมืองภาค
พลเมืองกับการมีส่วนร่วม
ทางการเมืองในสังคมไทย.วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 7(5). 46 – 61.
- ศรัณยู หมั่นทรัพย์. (2560). การศึกษาเพื่อสร้างพลเมือง: รากฐานของการเมืองภาค
พลเมือง. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2560). การมีส่วนร่วมทางการเมืองของ
ประชาชน. กรุงเทพฯ: สำนักการพิมพ์สำนักงานเลขาธิการสภา
ผู้แทนราษฎร.
- อนุชาติ พวงสำลี และกฤติยา อาชาวนิจกุล. (2562). ขบวนการประชาสังคมไทย:
ความเคลื่อนไหว
ภาคพลเมือง. (คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์). นครปฐม:
มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุนทร ธนศิลป์พิชิต, ทัชวัฒน์ เหล่าสุวรรณ และปิยลักษณ์ โพธิวรรณ. (2564).

แบบแผนกระบวนการ

สร้างอำนาจทางการเมืองภาคประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.วารสาร

การเมืองการปกครอง, 11(2). 1-14.

สุกิจ เหลืองสกุลไทย. (2560). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการเลือกตั้ง

นายกเทศมนตรี:

ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ. (ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Hongyu Li

Paradigm Shift of Native Koreans Towards Overseas Koreans

Suttasinee Kespratoom¹, Teeradet Chuenpraphanusorn², Kamonkanok

Kiatissakchai³,

Thanasorn Wisutwarin⁴, Pornpit Ngampong⁵

Received: November 9, 2023, revised: December 6, 2023, Accepted:

February 27, 2024

Abstract

The article aims to study the origin of Gyopo or overseas Koreans, the perspective of native Koreans towards overseas Koreans, the adaptation of overseas Koreans and job opportunities of overseas Koreans in South Korea. As is well known, Koreans hold a strong belief in national identity. South Korean nationalism and identity have traditionally been perceived as exclusive and closed. In recent times, however, Koreans have adjusted their attitudes and become more open to overseas Koreans compared to the past. Pictures of overseas Koreans showcases their exceptional language skills. These remarkable abilities play significant roles as a language bridge, fostering mutual understanding between two

¹ Suan Dusit Univeristy. Email: suttasineekes@gmail.com

² Suan Dusit University. Email: teera_det@hotmail.co.th

³ Suan Dusit University. Email: kamille1222@gmail.com

⁴ Suan Dusit University. Email: donaldson.sean2@gmail.com

⁵ Suan Dusit University. Email: nuipornpis@gmail.com

worlds or two languages. For this reason, the article discusses the concept of Gyopo, which refers to individuals of Korean heritage born or raised outside of South Korea. These gyopos often grapple with questions of cultural identity, language proficiency, and belonging. The perspective of native Koreans towards overseas Koreans varies, with many South Koreans showing curiosity, appreciation for their contributions to diversity, and recognition of their language skills and international experiences. Job opportunities for overseas Koreans in South Korea are abundant, facilitated by visas, language proficiency, and a global perspective that can be applied in various industries. Korean universities also actively engage with overseas Koreans, recognizing their value in creating diverse and dynamic learning environments. The South Korean government supports initiatives aimed at attracting overseas talent and helping them settle in the country. Overall, the article aims to explore the origin of Gyopo, the perspectives of native Koreans towards overseas Koreans, adaptation of overseas Koreans, and the job opportunities available to overseas Koreans in South Korea.

Keywords: Paradigm shift, Perspective, Gyopo, Overseas Koreans, Korean diaspora

Introduction

There are groups of Korean people who are deprived of a sense of belonging due to various reasons. They are known as overseas Koreans

or Gyopo. The term “Korean diaspora” encompasses individuals of Korean descent living outside of South Korea. These communities, composed of Koreans and their descendants, can be found in various countries worldwide, and they often maintain strong cultural and emotional ties to their Korean heritage. Currently, there are approximately 7.3 million overseas Koreans, including descendants of early emigrants from the Korean Peninsula and more recent emigrants from Korea. About 84.5% reside in five countries: the United States of America, China, Japan, Canada, and Uzbekistan (South Korea: Ministry of Foreign Affairs, 2021). To some observers, they may seem privileged compared to native Koreans due to their proficiency in both the Korean language and the languages of their host countries, making them more attractive to South Korean companies. This hypothesis may hold true in specific circumstances. However, overseas Koreans also face challenging situations. For instance, Sagisawa Megumu (1968-2004), a Japanese Korean author of *Kaeremu Hitobito* (Those with Nowhere to Return), vividly depicted the pathos experienced by those without a place to call their own. They are uprooted from the families they lived with, the comfortable homes they once knew, the work that formed a significant part of their identity, and their entire way of life and livelihood. Sagisawa discovered her Korean heritage through her father’s side and began studying the Korean language. She introduced “Zainichi” characters into her fiction. Although she continued to explore a new fictional world based on the theme of questioning one’s

identity, the “Zainichi” characteristics of her characters were largely kept at a distance under the theme of place and were not the primary focus of her work. Overseas Koreans search for self-identification to find a place they truly belong. As Sagisawa put it, “I don’t think I’m a Gyopo after all. Maybe I am to that taxi driver and all those other Koreans, but when I’m around other Gyopos, I’m not a Gyopo; I’m just that kind of person. When I’m around other Zainichi Gyopos, it’s clear that I’m different from everyone else. No matter how much I blend in or adapt, I’m ultimately frozen out, separated by a thin wall of ice. I grew up in a typical Japanese household, so I don’t think I can be a Gyopo.” (Sagisawa Megumu, 1992: 46-47). Another example of a popular novel reflecting the feelings and thoughts of overseas Koreans is “Crying in H Mart.” The author, Michelle Zauner, a Korean American author, and singer, wrote about her grief and sadness after losing her mother to cancer. She found solace in H Mart, a large chain of Korean supermarkets in the U.S., as she shopped for Korean food and ingredients to remember her mother. Considering her identity and multiracial background, she wrote, “I had spent my adolescence trying to blend in with my peers in suburban America and had come of age feeling like my belonging was something to prove, something that was always in the hands of other people to give, not my own to take. I could never fully belong to both worlds, only half in and half out, waiting to be ejected at will by someone with a greater claim than me, someone whole.” (Michelle Zauner, 2021). It is possible to assert that the genealogy

of blood forms the basis of direct participation and the archetype formation of a national community. The nation-state exists as a fantastical realm where individuals can directly connect to the whole, “beyond class, gender, region, occupation, status and other intermediary criteria.” This is referred to as the principle of direct participation (Sakai, 1998: 45-46). Some of the stories of overseas Koreans resemble long journeys in search of a place where they truly belong.

This article aims to explore the origin of Gyopo, the perspectives of native Koreans towards overseas Koreans, adaptation of overseas Koreans, and the opportunities available to overseas Koreans in South Korea. This article’s purpose is to determine the optimal position for those who find themselves in-between or of multiracial backgrounds.

The Origin of Gyopo

The term “Gyopo” is a term employed in South Korea and by Koreans in the diaspora to describe individuals of Korean heritage who were born or raised outside of South Korea. Historically, the term “Gyopo”, also spelled “Kyopo” meaning "nationals", has come to have negative connotations as referring to people who, because of living as sojourners outside the "home country", have lost touch with their Korean roots. As a result, others prefer to use the term “Dongpo” meaning "brethren" or "people of the same ancestry". Dongpo has a more transnational implication emphasizing links among various overseas

Korean groups, while Gyopo has more of a purely national connotation referring to the Korean state (Min Hyoung Song, 2005: 221; Kwang-Chung Kim, 1999: 227). It emphasizes the concept of Koreans who have been educated or raised in foreign lands. Several key points about the term Gyopo are noteworthy.

The timeline of the dispersal of Korean ethnic groups can be categorized into four distinct eras. The first period spans from the 1860s to 1910 when Chosun farmers and laborers sought refuge from famine, poverty, and the oppression of the ruling class by emigrating to destinations such as China, Russia, and Hawaii (Lee, 1994). The second period, which lasted from 1910 to 1945), was marked by Japanese colonial governance. During this period, farmers and laborers, who had been stripped of their land and resources, relocated to Manchuria and Japan in search of opportunities. Political refugees and activists moved to China, Russia, and the United States to lead the independence movement against the Japanese colonial regime. The third period, from 1945 to 1962, marked a significant period in Korean migration history. South Korea introduced early migration policies, allowing students to study abroad, facilitating the adoption of orphans, and reuniting interracial families with their relative in the US or Canada (Yuh, 2002). Notably, around 6,000 Korean women immigrated to the US as spouses of US soldiers between 1950 and 1964, while about 5,000 children, including orphans and mixed-raced individuals, also moved to America during this period. Between 1945

to 1965, around 6,000 Korean students pursued higher education in the US, with many opting for permanent settlement. These early immigrants, including women who married American soldiers, played a crucial role in paving the way for future waves of Korean immigration. In 1965, more inclusive American immigration policies allowed these early immigrants to sponsor the entry of their family members, marking a significant development in Korean immigration history (Yu, 1983: 23-24). The fourth period, from 1962 to the present, involves both permanent settlement and temporary labor migration. In 1962, South Korea initiated group and contract migrations to regions such as Latin America, Western Europe, and the Middle East to relieve population pressures and secure foreign currency through remittances (Kim, 1981). This period also saw a significant trend towards more permanent migration, especially to the United States, as US immigration policies evolved and eliminated discriminatory quotas. This migration wave primarily comprised educated middle-class individuals, many of whom had held white-collar jobs in Korea (Yoon, 1997).

Obviously, overseas Koreans generally share Korean ethnicity and heritage. They may have Korean parents or ancestors, establishing cultural and, in some cases, legal connections to South Korea. Furthermore, their international background often means they are bicultural or multilingual, having grown up in foreign countries where they typically become proficient in the local language alongside their Korean. The term “Gyopo”

is also used to describe the distinctive identity and experiences of individuals straddling the line between their Korean heritage and their host country's culture, leading them to grapple with questions of cultural identity, language proficiency, and belonging. Gyopos represent a diverse group with varying experiences, stemming from their origins in different countries, cultural backgrounds, and family situations. Some may have spent most of their lives abroad, while others have returned to South Korea or maintain strong connections to their Korean roots. Notably, Gyopos form part of the global Korean diaspora, which comprises Koreans and people of Korean descent living across the world. This diaspora plays a significant role in preserving and disseminating Korean culture and fostering connections with South Korea. Importantly, Gyopos wield a growing influence across various facets of Korean society, including politics, entertainment, business, and cultural exchange. They often act as cultural ambassadors, contributing to the global reach of Korean culture. However, it is crucial to acknowledge that the term Gyopo is not universally accepted by all overseas Koreans. Some may identify more closely with their host country or employ other terms to describe their background. The use of the term "Gyopo" can also vary in different regions and contexts, but generally, it refers to Koreans who have spent a significant portion of their lives outside of South Korea, offering them a unique perspective on their cultural heritage.

The Perspective of Native Koreans towards Overseas Koreans

Regarding international migration and the growth of racial or ethnic minorities, South Korean society has been transitioning into a multicultural society. Multicultural values, including the acknowledgment and respect of cultural diversity and minority groups' rights, are crucial prerequisites for a multicultural society. The current policies of the South Korean government actively support racial or ethnic and cultural minorities, aiming to strengthen the nation's economy and inspire foreign investment (Seungwoo, Han, 2022). Notably, to compete with global talent, South Korea aims to attract interest from overseas Koreans to work for Korean companies or establish startups in the country. However, for this strategy to succeed, the nation must embrace a multicultural environment both in the workplace and in society. Ultimately, the inclusion of overseas Koreans can contribute significantly to fortifying the nation's economy and education. As is well known, Koreans hold a strong belief in national identity. South Korean nationalism and identity have traditionally been perceived as exclusive and closed. In recent times, however, Koreans have adjusted their attitudes and become more open to overseas Koreans compared to the past.

The perspective of Koreans residing in South Korea towards Gyopo or overseas Koreans varies widely, depending on individual experiences and attitudes. This study, which aims to capture the evolving perspectives of different generations towards overseas Koreans, is valuable in exploring

their views on acknowledging and accepting overseas Koreans, as well as their perceptions of those who belong to the in-between category.

Firstly, the paradigm shift of Korean Generation X towards overseas Koreans represents an evolving perspective within an older demographic. This generation witnessed the country's transformation into a prosperous nation. They may have a stronger sense of national identity rooted in the idea of a unified Korean people, which can influence their perception of overseas Koreans. Additionally, many individuals within Korean Generation X have relatives or friends who have emigrated and become overseas Koreans. These personal connections can significantly impact their attitudes and perceptions. Such connections may foster a sense of empathy and interest in the experiences of overseas Koreans, as well as a greater appreciation for the challenges they face in adjusting to life in a foreign country. (Sook Jong Lee, 2021)

The paradigm shift of Korean millennials represents a significant evolution in the way younger generations in South Korea perceive and interact with the Korean diaspora. This shift is driven by various factors, including globalization, advancements in technology, and changing attitudes towards cultural identity. Although, the Korean millennial generation has grown up in an era of unprecedented globalization, they are more connected to the world than any previous generation. They are active on social media platforms, which enables them to engage with overseas Koreans more easily. Also, they have a more open and inclusive

attitude towards cultural identity. They are less rigid in their definitions of what it means to be Korean. This shift reflects a broader trend in which the concept of nationality and identity is becoming more fluid and inclusive. Overseas Koreans often contribute to the spread of Korean culture, known as the “Korean Wave” or Hallyu. Korean millennials recognize the influence of overseas Koreans in promoting K-pop, Korean cuisine, and Korean fashion on the global stage. (Sook Jong Lee, 2021)

The paradigm shift of Korean Generation Z signifies a significant change in perspective within the youngest demographic group in South Korea. Generation Z, born in the late 1990s and early 2000s, is growing up in a world vastly different from that of previous generations, characterized by globalization, digital connectivity, and a more inclusive outlook. In other words, generation Z recognizes the value of networking and collaboration with overseas Koreans. They see the potential in working together on global projects, business ventures, and cultural exchanges. This generation is likely to be more open to partnerships and friendships with overseas Koreans, understanding the benefits of a global network. (Sook Jong Lee, 2021)

Various common viewpoints and factors influence how South Koreans may perceive Gyopos. Firstly, many South Koreans exhibit curiosity regarding Gyopo individuals. They are often keen to learn about their experiences living abroad, their proficiency in foreign languages, and their insights into other cultures. Gyopos are regarded as a source of

unique perspectives on the world beyond South Korea. Additionally, South Koreans typically appreciate Gyopos' efforts to maintain their Korean cultural identity, including language, traditions, and customs, seeing it as a positive endeavor to preserve and promote Korean culture. Moreover, South Koreans recognize that Gyopos contribute to diversity within their society. The presence of individuals with various backgrounds and experiences enriches the cultural landscape and fosters a more cosmopolitan and open-minded society. Gyopos' strong command of both the Korean language and the language of their host country is often regarded as an asset, particularly in industries requiring international communication and diplomacy. Depending on the circumstances and duration of their stay abroad, Gyopos may face challenges when reintegrating into South Korean society, leading South Koreans to empathize with the difficulties some Gyopos encounter in adjusting to life in South Korea. Misunderstandings or cultural gaps may sometimes emerge between Gyopos and South Koreans due to differences in cultural norms and expectations. Fostering open communication is all-important in addressing these issues.

Gyopos often have a significant impact on introducing South Koreans to aspects of foreign culture, whether it is through food, fashion, or entertainment, a contribution generally appreciated for making South Korean society more diverse and open. Furthermore, many Gyopos return to South Korea to work, invest, or engage in business activities. Their

contributions to the economy and society are generally seen as positive, and those who get involved in South Korean politics or social issues are viewed as contributing to the improvement of the country by bringing international perspectives to local debates. However, it is important to acknowledge that while positive perspectives towards overseas Koreans are increasing, there are still controversial issues within Korean society. These issues encompass topics like cultural identity, mandatory military service, voting rights, discrimination, cultural appropriation, and employment and education opportunities. These debates reflect the diversity of experiences and viewpoints within the overseas Korean community and their evolving relationship with South Korean society. (Hye-Kyung Lee, 2005)

The Adaptation of Overseas Koreans

Adapting to a new country and job can be tough, especially for overseas Koreans coming back to work in South Korea. South Korea has a strong economy, modern facilities, and a lively culture, but its work environment and social norms are distinct. Returning to a home country after living abroad can be both a chance and a challenge. To fit in while working in South Korea, overseas Koreans need to make various changes in how they understand and do things, involving their culture, work skills, and personal life.

When overseas Koreans return to work in South Korea, they face several key challenges. Firstly, they need to adapt culturally, which includes improving their Korean language skills, understanding social hierarchies, and respecting seniority in the workplace, and grasping the unique corporate cultures and work practices of Korean companies. Secondly, they must adapt professionally by learning about the local job market, networking effectively, possibly updating their qualifications to match local standards, and adapting to South Korea's strong work ethic that often involves long hours. Thirdly, taking care of their well-being is crucial, and they can do this by joining expat groups, participating in cultural activities, and seeking support for mental health. Additionally, overseas Koreans may experience reverse culture shock upon their return, which involves accepting and adapting to changes in South Korea since their absence. Lastly, employers can play a main role in helping overseas Koreans adapt by offering orientation programs, cultural sensitivity training, language classes, and mentorship opportunities to help them settle into the work environment. (Hye-Kyung Lee, 2005; Mylonas, H. 2013)

The Job Opportunities of Overseas Koreans in South Korea

Overseas Koreans can be categorized into three groups: immigrants, descendants, and students and professionals. Among these, the latter category has assembled significant interest from Korean universities. Many overseas Koreans initially travel abroad for education or work opportunities and subsequently return to South Korea. These

individuals often play a vital role in spreading Korean culture and businesses on a global scale. In recent years, Korean universities have exhibited a growing interest in attracting and accommodating overseas Koreans. This is driven by several factors. Firstly, Korean universities acknowledge the value of diversity and a global perspective in their student body. Overseas Koreans bring a wealth of unique experiences, language skills, and cultural insights that contribute to a more diverse and dynamic learning environment. Moreover, many Korean universities recognize the role of overseas Koreans in preserving and strengthening cultural ties with the Korean diaspora. Consequently, they offer specialized programs and support services to assist overseas Koreans in reconnecting with their heritage and language. The language proficiency of overseas Koreans is often a noteworthy advantage, as they may already be fluent in both Korean and the language of their host country. This linguistic proficiency is highly valuable in programs that require bilingual or multilingual skills. To remain competitive in the global education landscape, Korean universities are increasingly focusing on recruiting international students, with overseas Koreans representing a targeted demographic. These universities provide support services tailored to meet the unique needs of overseas Koreans, contributing to their attraction and retention. Additionally, Korean universities recognize the potential of overseas Koreans to become part of their alumni network, thereby enhancing the university's reputation, influence, and resources both

within South Korea and on an international scale. These institutions are increasingly adopting strategies centered around internationalization and globalization. These strategies frequently entail partnerships with universities and organization worldwide, and overseas Koreans can play an all-important role in facilitating such connections due to their global backgrounds. The South Korean government has also actively engaged with the Korean diaspora, including overseas Koreans, by providing support for universities and organizations to establish programs and initiatives catering to the specific needs of overseas Koreans (Lim, T. C. & Seol, D.H., 2018). First and foremost, overseas Koreans can apply for an F4 visa, specially designed for individuals of Korean descent (Yonhap News, 2013). This visa permits them to live and work in South Korea with relatively few restrictions. Their proficiency in both the Korean language and the language of their host country equips them to explore job opportunities as translators, interpreters, language instructors, or in international business roles. Their familiarity with both Korean culture and the culture of their host country serves as a unique advantage, particularly in roles related to international business, marketing, or cultural exchange. Additionally, those who have acquired international experience or education abroad can bring a global perspective to South Korean companies, a highly valued attribute in an increasingly interconnected world. In terms of specialized skills, they may find opportunities in advanced industries like technology, finance, and entertainment. What's

more, building a professional network is imperative in any job search, and overseas Koreans can leverage their existing connections in both their host country and South Korea. Many South Korean companies have a global presence, making it more convenient for overseas Koreans to identify opportunities. The government also play a significant role in launching various initiatives aimed at attracting overseas talent, including programs designed to provide support, mentorship, and resources to help overseas Koreans find jobs and settle in the country (Mylonas, H., 2013). An essential aspect of a successful transition involves understanding the cultural and professional norms in South Korea. Notably, there are numerous well-known overseas Koreans who have made substantial contributions in various fields, spanning entertainment, politics, sports, and business.

Daniel Dae Kim is a well-known actor appearing in popular TV shows such as “Lost” and “Hawaii Five-O”. I.M (Changkyun) is a member of the K-pop group called MONSTA-X. He is a prominent figure in the global K-pop industry. John Y. Lee is a filmmaker and director. He is known for his work on films such as “The Man Who Invented Christmas” and “Remember the Daze.” Moon Jae-in was the President of South Korea. He contributes to his global perspective on politics. David Chang is a renowned chef and founder of the Momofuku restaurant group. He has made a significant impact on the culinary world. Michelle Wie is a professional golfer. She became a golf sensation at a young age and has

competed on the LPGA Tour. Eric Nam is a Korean American singer, songwriter, and television host. Michelle Zauner is a well-known author of a novel called “Crying in H Mart”. She is also a screenwriter for her own novel. The novel is in the process of filming. Daniel Henny is a Korean American actor and model. He has appeared in both South Korean and American films and television series, gaining recognition for his diverse roles. Steven Yeun is a Korean American actor. He earned critical acclaim for starring in the drama called *Minari*. These individuals represent a diverse range of industries and exemplify the global impact of overseas Koreans. They play a crucial role in bridging cultures and creating connections between South Korea and the rest of the world.

During South Korean President Yoon Suk Yeol’s visit to Washington, D.C. in April 2023, both countries declared a Washington Agreement, establishing a solid foundation for a broad alliance covering security, economic, and technology matters (Chung Min Lee, 2023). Global demographic data on overseas Koreans indicates that the United States is home to the largest community, with 2,633,777 living there (South Korea: Ministry of Foreign Affairs, 2021). California, in particular, boasts the largest group, tracing its roots back a century. This significant Korean presence in California positions the state as a crucial link for fostering increased collaboration between the two nations. Apparently, Overseas Koreans are no longer solely groups of Korean people living in other countries; instead, they can play a role in maximizing the economy of South Korea.

Apart from economic advantages, English language teaching by Gyopo teachers make a contribution to Korea. Gyopo teachers represent a distinct perspective among a specific group of English educators in South Korea. Despite their significance in the field, they have not received sufficient attention. The term "Gyopo" refers to ethnic Koreans holding foreign citizenship, such as Korean Americans, Korean Australians, and Korean Canadians. According to Jang (2017), the recruitment of foreign professors, including Gyopo teachers, has increased at Korean universities seeking to internationalize in response to globalization. The Overseas Korean Act (OKA) in 1999 led to a rise in Gyopos returning to South Korea, particularly to teach English (Cho, 2012). This influx can be partly attributed to the Korean government's consistent policy of promoting English as a language of social and economic influence for economic growth and national prosperity. Jung Won Lee and Myonghee Kim (2021) noted that Gyopo teachers who moved to an English-speaking country later in life and learned English over time can be great role models for students learning the language. Policymakers can create plans to bring more Gyopo teachers to South Korea for English programs, using their experiences as valuable resources for language education. Additionally, schools with Gyopo English teachers can find ways to appreciate and utilize their bilingual and bicultural skills when needed. With their unique strengths, Gyopo teachers can positively contribute to their institutions and confidently see themselves as insiders rather than outsiders.

Conclusion and Discussion

In conclusion, this article aims to explore the evolving perspectives of native Koreans towards overseas Koreans, focusing on different generational attitudes. It highlights how Generation X, millennials, and Generation Z in South Korea view overseas Koreans, emphasizing increasing cooperation and understanding. Additionally, it discusses common viewpoints, including curiosity, appreciation for cultural preservation, and the recognition of diversity within South Korean society. The article also touches upon the challenges faced by overseas Koreans when adapting to South Korea and the abundant job opportunities they find in the country. Finally, it introduces several well-known overseas Koreans who have made significant contributions across various fields.

Suggestions for further study could include in-depth research on the factors influencing generational perspectives towards overseas Koreans, as well as the impact of overseas Koreans in shaping South Korean society and international relations. Further investigation into the challenges faced by overseas Koreans when returning to work in South Korea and the effectiveness of employer support programs would also be valuable. Additionally, examining the evolving role of Korean universities in attracting and accommodating overseas Koreans and the South Korean government's initiatives in this regard could provide insights into the

changing landscape of education and employment opportunities for overseas Koreans in South Korea.

References:

- CalChamber Advocacy. (2021). Trading Partner Portal: South Korea, November 6, 2020, <http://advocacy.calchamber.com/international/postals/south-korea> and “Korean American Population by State, Korea Matters for America, America Matters for Korea, 2021, <http://asiamattersforamerica.org/korea/data/population>.
- Cho, J. S. P. (2012). Global fatigue: Transnational markets, linguistic capital, and Korean-American male English teachers in South Korea. *Journal of Sociolinguistics*, 16, 218-237.
- Chung Min Lee. (2023). Why California and South Korea Need to Build Joint Soft Power Plus. *Carnegie Endowment for International Peace*. Retrieved from <https://carnegieendowment.org/2023/11/08/why-california-and-south-korea-need-to-build-joint-soft-power-plus-pub-90939>.
- Hirata, Yumi. (2018). Transitional Identities and Heteroglossia in Zainichi Korean Literature. *Osaka University Knowledge Archive*, vol.52, p.1-20.

Hye-Kyung Lee. (2005). The Korean Diaspora and Its Impact on Korea's Development. *Asian and Pacific Migration Journal*

14, no. 1-2 (2005): 149-168; and Josh DeWind, Eun Mee Kim, Ronald Skeldon, and In-Jin Yoon, "Korean

Development and Migration," *Journal of Ethnic and Migration Studies* 38, no. 3 (2012): 371-388.

In-Jin Yoon. (2012). Migration and the Korean Diaspora: A Comparative Description of Five Cases, *Journal of Ethnic and*

Migration Studies, 38:3, p. 413 – 435.

Jang, E. Y. (2017). Sustainable internationalization in South Korean higher education: Languages and cultures in a foreign

professor's course. *Higher Education*, 73(5), 673-689.

Jung Won Lee and Myonghee Kim. (2021). A Gyopo English Teacher's Professional Identity in an EFL Context. *English*

Teaching, vol. 76, no. 3, Autumn 2021, pp. 85-113.

<https://doi.org/10.15858/engtea.76.3.202109.85>

Korea Immigration Service. (2011). *Korea Immigration Service Statics 2010*. Seoul: KIS.

Kwang-Chung Kim. (1999). *Koreans in the Hood: Conflict with African Americans*. USA: JHU Press.

Lee, K.K. (1994). *Koreans in Japan: An Anthropological Approach*. Seoul: Ilchokak Publishing.

Lim, T. C. , & Seol, D. H. (2018). *Explaining South Korea's Diaspora Engagement Policies*. Development and Society, 47(4),

p.633-662.

Mylonas, H. (2013). The Politics of Diaspora Management in the Republic of Korea. *The Asian Institute for Policy Studies*.

Nov. 20, 2013, No.81. Retrieve from

https://projects.iq.harvard.edu/files/wcfia/files/hmylonas_the_politics_of

–

diaspora_management_in_the_republic_of_korea.pdf.

Sakai, Naoki. (1998). Shutai towa nanika, *Gendai Shiso*, vol.26, no.12.

Sagisawa, Megumu. (1992). *Kaerenu Hitobito*. Tokyo: Bungei Shunjusha.

Seungwoo, Han. (2022). An Analysis of Koreans' Attitudes towards Migrants by Application of Algorithmic Approaches.

Heliyon, Volume 8 Issue 8.

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10087>.

Sook Jong Lee. (2021). Generation Divides and the Future of South Korean Democracy. *Carnegie Endowment for*

International Peace. Retrieved from

[https://carnegieendowment.org/2021/06/29/generational-divides-and-future-](https://carnegieendowment.org/2021/06/29/generational-divides-and-future-of-south-korean-democracy-pub-84818)

[of-south-korean-democracy-pub-84818](https://carnegieendowment.org/2021/06/29/generational-divides-and-future-of-south-korean-democracy-pub-84818).

South Korea: Ministry of Foreign Affairs. 2021. Archived from the original on February 24, 2021. Retrieved on August 21, 2022.

Michelle Zauner. (2021). *Crying in H Mart: A Memoir*. UK: Picador.

Min Hyoung Song. (2005). *Strange future: pessimism and the 1992 Los Angeles riots*. USA: Duke University Press.

Ministry of Foreign Affairs. (2021).

Total number of overseas Koreans. [Online]. 2021. Available from:
https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_21509/contents.do.

Retrieved 2022 August 21.

The White House. Washington Declaration. [Online]. 2023. Available from:
[https://www.whitehouse.gov/briefing-](https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2023/04/26/washington-declaration-2)

[room/statements-releases/2023/04/26/washington-declaration-2.](https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2023/04/26/washington-declaration-2)

Retrieved 2023 April 26.

Yonhap News. (2013). Issuing F-4 Visas for Overseas Koreans 60-year-old or older. Retrieved on August 27, 2013.

Yoon, H. (1993). *Population Migration: Korea Journal of Population Studies*, 16(1): p.19-36.

Yoon, I.J. (1997). *On My Own: Korean Businesses and Race Relations in America*. Chicago: University of Chicago Press.

Yu, E.Y. (1983). 'Korean communities in America: past, present, and future', *Amerasia Journal*, 10(2): p. 23-51.

Yuh, J.Y. (2002). *Beyond the Shadow of Camptown: Korean Military Brides in America*. New York: New York University Press.

ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมความผูกพันต่อองค์กร Psychosocial Correlates of Employee Engagement Behavior

วุทธิเมธว์ เกื้อกอบ¹ จันทนา อินทนิม² และ เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร³

*Vhuttimethv Kuakob, Chanthana Inthachim, and Saowanee
Samantreeporn*

Received: January, 29 2024 Revised: February, 14 2024. Accepted:
February 29 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับจิตลักษณะเดิมบุคคล คุณภาพชีวิตการทำงาน จิตลักษณะตามสถานการณ์ และความผูกพันของพนักงาน มหาวิทยาลัยสายวิชาการแห่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการแห่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผลการวิจัยพบว่า ระดับจิตลักษณะเดิมบุคคล จิตลักษณะตามสถานการณ์ และความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง แต่ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความ

¹ นักวิชาการอิสระ Email: vhuttimethv@gmail.com

² อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Email: chanthana@sau.ac.th

³ อาจารย์ประจำ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ E-mail Address:
film.phd5@gmail.com

ผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านโอกาสได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และทัศนคติที่ดีในการทำงาน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ ค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม และทัศนคติที่ดีในการทำงาน

คำสำคัญ: พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ความผูกพันต่อองค์กร

Abstract

The purposes of this research were to study (1) the level of psychological factors, quality of working life, psychological-situational characteristics, and employee engagement of academic officers of Bansomdejchaoprata Rajabhat University, and (2) factors affecting employee engagement behavior of academic officers at Bansomdejchaopraya Rajabhat University.

The findings found that the level of psychological factors, psychological-situational characteristics, and employee engagement in general were at a relatively high level while quality of working life, in general, was at a high level. Factors affecting employee engagement regarding innovative behavior were an opportunity to participate in management, career advancement opportunities, and a positive working attitude with statistical significance. Factors affecting employee engagement concerning citizenship behavior were career advancement

opportunities, adequate and fair remuneration, and a positive working attitude.

Keywords: innovative behavior, citizenship behavior, organizational commitment

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาในปัจจุบันถึงแม้ว่ายังไม่สามารถเปลี่ยนสถานภาพการบริหารเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐได้ แต่ “อาจารย์มหาวิทยาลัย” และ “เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัย” ที่เข้ามาใหม่ทั้งหมดได้ถูกเปลี่ยนสถานภาพจาก “ข้าราชการ” เป็น “พนักงานมหาวิทยาลัย” ซึ่งจำนวนพนักงานมหาวิทยาลัยมีมากกว่าจำนวนข้าราชการพลเรือนในอุดมศึกษา และอีก 5-10 ปี ข้างหน้า พนักงานก็จะกลายเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ของสถาบัน ความผูกพันต่อองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญที่มหาวิทยาลัยต้องเร่งสร้างให้เกิดขึ้นกับอาจารย์ และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยสายพันธุ์ใหม่ หากบุคคลกลุ่มนี้ไร้ซึ่งความผูกพันต่อองค์กร ผลกระทบก็จะเกิดขึ้นกับภารกิจด้านต่างๆ ของมหาวิทยาลัยที่หลีกเลี่ยงได้ยาก หากมองภาพในอนาคตที่มหาวิทยาลัยมีแต่พนักงานมหาวิทยาลัย

จากความสำคัญข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตามแนวคิดความผูกพันของพนักงาน Employee Engagement เป็นการศึกษาเชิงจิตพฤติกรรมศาสตร์ ที่เน้นการศึกษาหาสาเหตุทั้งจากปัจจัยภายในของตัวบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับจิตลักษณะที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน และสาเหตุภายนอกที่เกี่ยวข้องกับบุคคลรอบข้างและสถานการณ์ต่างๆ ที่เอื้ออำนวยหรือขัดขวางความผูกพันต่อองค์กรด้านพฤติกรรมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เพื่อเป็นแนวทางให้มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้ตระหนักถึงปัญหาและร่วมมือ

กันส่งเสริมให้เกิดเป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับการพัฒนาความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัย ซึ่งจะส่งผลต่อศักยภาพการแข่งขันของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับจิตลักษณะเดิมบุคคล คุณภาพชีวิตการทำงาน จิตลักษณะตามสถานการณ์ และความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาประชากร (population) ที่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
2. กลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ในการวิจัย โดยทำการเก็บตัวอย่างจากประชากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ทั้งหมด 5 คณะ และ 1 โรงเรียน ได้แก่ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะครุศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย และโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาสามารถนำข้อมูลหรือข้อค้นพบจากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงาน การพัฒนาบุคลากร รวมทั้งการเสริมสร้างปัจจัยที่สนับสนุนความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จเจ้าพระยา

2. เพื่อเป็นแนวทางแก่มหาวิทยาลัย อื่นๆ และหน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ในการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร เพื่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่แสดงออกทางพฤติกรรม นั่นก็คือสาเหตุของพฤติกรรมของมนุษย์นั่นเอง มีนักวิชาการโดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ร่วมกันเสนอแนวความคิดที่ว่า

1) พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากสาเหตุที่สำคัญหลายด้าน โดยสายที่สำคัญ คือ สาเหตุด้านจิตลักษณะ ซึ่งมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีต่างๆ ดังนี้

ทฤษฎีแนวจิตนิยม (Trait approach)

ทฤษฎีแนวจิตนิยมเป็นแนวคิดทางด้านจิตวิทยาบุคลิกภาพ บ่งบอกถึงคุณลักษณะส่วนบุคคลมีบทบาทสำคัญในการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและทัศนคติในสถานที่ทำงาน ทฤษฎีนี้เป็นเครื่องมือช่วยในการทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมของพนักงาน เนื่องจากเสนอว่าลักษณะบุคลิกภาพภายในสามารถส่งผลกระทบโดยตรงต่อวิธีการ ที่จะทำให้อุบลากรมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมการทำงาน (Costa & McCrae, 1992) ทฤษฎีลักษณะนี้มุ่งเน้นในแนวคิดลักษณะบุคลิกภาพของตัวบุคคล เช่น การแสดงตัวต่อสิ่งภายนอก ความเห็นอกเห็นใจ ความมีโน้มน้าวใจ ความวิตกกังวล และการเปิดกว้างต่อประสบการณ์ Barrick และ Mount (1991) ศึกษาเพิ่มเติมโดยแสดงให้เห็นผ่านการวิจัยเชิงลึกว่า มิติของบุคลิกภาพเฉพาะโดยเฉพาะความมีสติสามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้อย่างสม่ำเสมอ ในบริบทของการมีส่วนร่วมของพนักงาน การศึกษาของ Bakker และ Demerouti (2008) นำเสนอถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน โดยเสนอแนะว่าพนักงานที่มีลักษณะบุคลิกภาพบางอย่างอาจได้รับประสบการณ์การมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น เนื่องจากมีความสอดคล้องกับความต้องการงานและทรัพยากรของตนได้ดีขึ้น การ

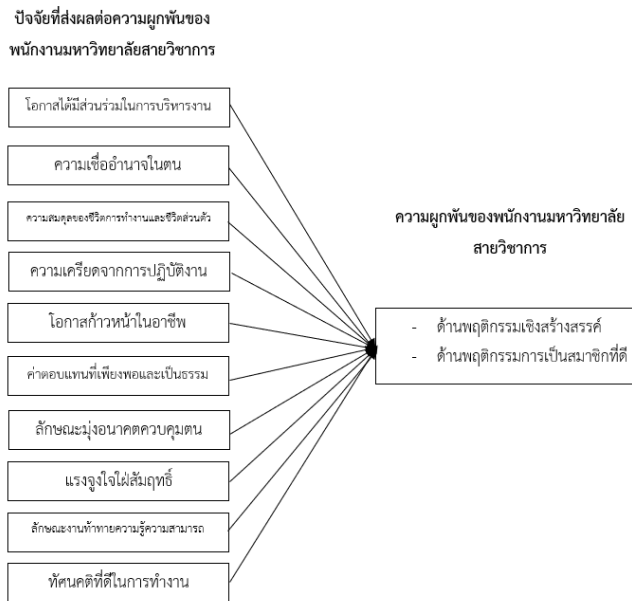
ค้นพบนี้มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับทฤษฎีลักษณะในการทำความเข้าใจความซับซ้อนของการมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยศึกษาถึงความจำเป็นในการพิจารณาลักษณะบุคลิกภาพส่วนบุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประเมินและเสริมสร้างความเคลื่อนไหวในที่ทำงาน

ทฤษฎีแนวพฤติกรรมนิยม (Behavioral approach)

แนวทางพฤติกรรมนิยมเป็นการเปลี่ยนกระบวนทัศน์พื้นฐานจากแนวจิตนิยม (Trait Approach) เน้นย้ำถึงพฤติกรรมที่สังเกตได้และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเหล่านี้ หัวใจสำคัญของแนวทางนี้คือความเชื่อที่ว่าพฤติกรรมได้รับและปรับเปลี่ยนผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม แนวคิดที่ได้รับการสนับสนุนจากทฤษฎีการเรียนรู้ เช่น ทฤษฎีการปรับสภาพแบบคลาสสิกโดย Pavlov (1927) ทฤษฎีการปรับสภาพผู้ปฏิบัติงานโดย Skinner (1953) และทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมโดย Bandura (1977) ทฤษฎีเหล่านี้ได้ถูกนำมาใช้เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานผ่านระบบการให้รางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจ การปรับสภาพแวดล้อม และเทคนิคการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและผลิตภาพ (Luthans & Stajkovic, 1999) แม้ว่าจะมีวิธีปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ในการโน้มน้าวพฤติกรรมการทำงาน แต่ในการปฏิบัติ อาจมีการมองข้ามความซับซ้อนของจิตวิทยามนุษย์ โดยไม่สนใจสภาพภายในและความแตกต่างระหว่างบุคคล อย่างไรก็ตาม รากฐานเชิงประจักษ์ซึ่งแสดงให้เห็นในการศึกษาโดย Skinner และ Bandura สามารถทำให้เกิดการทำความเข้าใจและสามารถกำหนดรูปแบบการมีส่วนร่วมของพนักงานผ่านพฤติกรรมที่สังเกตได้และวัดผลได้

และ 2) ในสาเหตุแต่ละด้าน ยังประกอบด้วยสาเหตุหลายประการด้วย จากพื้นฐานความคิดเช่นนี้ทำให้เกิดการสรุปแนวความคิดที่เป็นสลับกับใหญ่โดยรวมในการศึกษาสาเหตุของพฤติกรรมของบุคคล ที่เรียกว่า รูปแบบทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม (Interactionism model) (Endler & Magnusson (1976) ; Walsh, Craik, & Price (2000) ; Tett & Burnett (2003) ซึ่งเป็นกรอบความคิดหลักเกี่ยวกับประเภทของตัวแปรเชิงเหตุในการศึกษาวิจัยสาเหตุของพฤติกรรมของมนุษย์ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มแรก สาเหตุด้านสถานการณ์ (Situational factors) กลุ่มที่สอง สาเหตุด้านจิตลักษณะเดิม (Psychological traits) กลุ่มที่สาม สาเหตุที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างจิตลักษณะเดิมและสถานการณ์สาเหตุด้านที่สามตามรูปแบบทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม และกลุ่มที่สี่ สาเหตุด้านจิตลักษณะตามสถานการณ์ (Psychological states)



รูปภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย ผู้วิจัยศึกษาบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา จำนวน 562 คน (กองบริหารงานบุคคล, 2566) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ เครซี และ มอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 234 ตัวอย่าง

วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 234 ฉบับ ด้วยตนเองให้กับพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง แล้วนัดหมายเพื่อรับแบบสอบถามคืนจำนวน 210 จึงใช้ตัวอย่างจำนวนดังกล่าวในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยคำนวณหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระกับตัวแปรความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.9 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา ได้แก่ อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุต่ำกว่า 30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ 4.8 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพการจ้างงาน คือ เป็นพนักงานมหาวิทยาลัยงบประมาณแผ่นดินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.4 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่เคยมีประสบการณ์การเคยเป็นนักวิชาการ อาจารย์ หรือวิทยากรในหน่วยงานอื่นคิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาเคยเป็น 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.6 โดยอายุงานกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.3 ระดับการศึกษาสูงสุดนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 21.0 สถาบันที่จบการศึกษากลุ่มตัวอย่างจะจบการศึกษาจากสถาบันภาครัฐในประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.5 และกลุ่มตัวอย่างจะมีตำแหน่งทางวิชาการ คือ อาจารย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.5 รองลงมา ได้แก่ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ คิดเป็นร้อยละ 10.5 และส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งปัจจุบันมากที่สุด คือ ไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.7

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับปัจจัยจิตลักษณะเดิมของบุคคลอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณาตัวแปรด้านลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน พบว่า มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ($\bar{X} = 4.97$) รองลงมาตัวแปรคือ ด้าน

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 4.93) และลำดับสุดท้าย คือ ตัวแปรด้านความเชื่ออำนาจในตน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 2.63) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานอยู่ในระดับสูง (\bar{X} = 4.38) เมื่อพิจารณาตัวแปรด้านลักษณะงาน ทำหายความรู้ความสามารถ พบว่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ (\bar{X} = 5.11) รองลงมา ตัวแปรด้านโอกาสได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 4.45) และตัวแปรด้านโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 4.38) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง (\bar{X} = 4.26) เมื่อพิจารณาตัวแปรด้านทัศนคติที่ดีในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ (\bar{X} = 4.37) และความเครียดจากการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 4.16) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับปัจจัยความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (\bar{X} = 4.30) เมื่อพิจารณาตัวแปรพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ (\bar{X} = 4.33) รองลงมาตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 4.27) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

ปัจจัยทำนาย	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย			
	<i>b</i>	Beta	ค่า <i>t</i>	ค่า <i>p</i>
โอกาสได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน	0.172	0.229	3.164	0.002*
ความเชื่ออำนาจในตน	0.058	0.091	1.339	0.182
ความสมดุลของชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	0.031	0.046	0.724	0.470
ความเครียดจากการปฏิบัติงาน	-0.059	-0.086	-1.476	0.141

ปัจจัยทำนาย	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		ค่า t	ค่า p
	b	Beta		
โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ	0.114	0.173	2.457	0.015*
ค่าตอบแทนที่เพียงพอและ เป็นธรรม	-0.027	-0.039	-0.588	0.557
ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุม ตน	-0.007	-0.008	-0.112	0.911
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	0.179	0.149	2.191	0.030*
ลักษณะงานท้าทายความรู้ ความสามารถ	-0.019	-0.018	-0.255	0.799
ทัศนคติที่ดีในการทำงาน	0.218	0.359	5.625	0.000*
ค่าคงที่	1.231			
$R = 0.668, R^2 = 0.447, \text{Adj. } R^2 = 0.416, F = 14.540$				

* มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า การทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ด้วยวิธี Enter โดยค่า R^2 เท่ากับ 0.447 หมายความว่า โอกาสได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และทัศนคติที่ดีในการทำงาน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ได้ร้อยละ 44.7 โดยปัจจัยโอกาสได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน มีสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.172 หมายความว่า การเพิ่มระดับโอกาสได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน 1 หน่วย ทำให้ความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพิ่มขึ้น 0.172 หน่วย สำหรับโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ มีสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.114 หมายความว่า การเพิ่มระดับโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ 1 หน่วย ทำให้ความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 0.114 หน่วย สำหรับปัจจัยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.179 หมายความว่า การเพิ่มระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ 1

หน่วย ทำให้ความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สูงเพิ่มขึ้น 0.179 หน่วย และปัจจัยทัศนคติที่ดีในการทำงาน มีสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.218 หมายความว่า การเพิ่มระดับทัศนคติที่ดีในการทำงาน 1 หน่วย ทำให้ความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สูงเพิ่มขึ้น 0.218 หน่วย

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี

ปัจจัยทำนาย	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย			
	<i>b</i>	Beta	ค่า <i>t</i>	ค่า <i>p</i>
โอกาสได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน	0.027	0.020	0.235	0.815
ความเชื่ออำนาจในตน	0.107	0.091	1.165	0.245
ความสมดุลของชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	-0.087	-0.070	-0.952	0.342
ความเครียดจากการปฏิบัติงาน	0.124	0.098	1.458	0.147
โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ	0.352	0.288	3.560	0.000*
ค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม	0.194	0.151	1.959	0.051*
ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน	0.121	0.067	0.869	0.386
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	-0.010	-0.005	-0.060	0.952
ลักษณะงานท้าทายความรู้ความสามารถ	-0.070	-0.036	-0.448	0.655
ทัศนคติที่ดีในการทำงาน	0.454	0.403	5.482	0.000*
ค่าคงที่	0.174			

ปัจจัยทำนาย	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย			
	b	Beta	ค่า t	ค่า p
$R = 0.516, R^2 = 0.266, \text{Adj. } R^2 = 0.225, F = 6.524$				

* มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ด้วยวิธี Enter โดยค่า R^2 เท่ากับ 0.266หมายความว่า โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ ค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม และทัศนคติที่ดีในการทำงาน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดี ได้ร้อยละ 26.60 โดยปัจจัยโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ มีสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.352 หมายความว่า การเพิ่มระดับโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ 1 หน่วย ให้ความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านความต่อเนื่องเพิ่มขึ้น 0.352 หน่วย ปัจจัยค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม มีสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.194 หมายความว่า การเพิ่มระดับค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม 1 หน่วย ให้ความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีเพิ่มขึ้น 0.194 หน่วย และปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออาชีพมีสัมประสิทธิ์พหุคูณ เท่ากับ 0.454 หมายความว่า การเพิ่มระดับทัศนคติที่ดีในการทำงาน 1 หน่วย ให้ความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการด้านพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีเพิ่มขึ้น 0.454 หน่วย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าระดับจิตลักษณะเดิมบุคคลอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยจิตลักษณะเดิมบุคคลด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองในระดับที่สูง และความเชื่ออำนาจในตนเองอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ มีสาเหตุในการแสดงออกทางพฤติกรรมที่ดีติดตัวมาโดยตลอด เนื่องจากผลวิจัยแสดงให้เห็นระดับจิตลักษณะเดิมบุคคลว่าอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสาเหตุที่ว่าเป็นสาเหตุทางจิตใจที่ดีติดตัวพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมาโดยตลอด ได้แก่

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ซึ่งมีอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับ David C. McClelland ที่มีความเชื่อว่าการจูงใจของคนมีพื้นฐานได้มาจากวัฒนธรรมของสังคม โดยเชื่อว่ามาจากความต้องการการเรียนรู้ (Learned Need) อยู่ 3 สิ่งคือ (1) ความต้องการความสัมฤทธิ์ผล (Need for achievement) (2) ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (Need for Affiliation) และ (3) ความต้องการอำนาจ (Need for Power) กล่าวคือพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมีความปรารถนาที่จะกระทำให้สำเร็จไปด้วยดี ทั้งในด้านการแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเลิศ หรือแข่งขันกับผู้อื่น มีการกำหนดเป้าประสงค์ที่เหมาะสมกับความสามารถของตนเอง ตลอดจนมีความมานะ พยายาม ฝ่าอุปสรรคต่างๆ ที่ขวางกั้น และมีการวางแผนระยะยาว ที่จะต่อสู้เพื่อความสำเร็จ มีความสบายใจเมื่อประสบผลสำเร็จ และมีความวิตกกังวล เมื่อประสบความล้มเหลว และลักษณะมุ่งอนาคต ควบคุมตน ก็อยู่ในระดับสูงเช่นกัน กล่าวคือ พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมีความสามารถที่จะบังคับตนเองโดยใช้ความอดทนเสียสละและสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้อย่างเหมาะสมเป็นเวลานานพอที่จะนำไปสู่ผลที่ต้องการในอนาคต ซึ่งเป็นการกระทำพฤติกรรมใหม่เปลี่ยนจากพฤติกรรมเดิม เพิ่มหรือลดพฤติกรรมบางชนิดของตนเอง โดยพัฒนาความสามารถในการควบคุมตนและสภาพสิ่งแวดล้อมของบุคคล และไม่ต้องการให้ผู้อื่นหรือสิ่งอื่นมาควบคุม ซึ่งจะเป็นการแสดงถึงความมีศักดิ์ศรีของตนเองนั่นเอง และสำหรับความเชื่ออำนาจในตนนั้นอยู่ที่ระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการไม่ค่อยเชื่อว่าผลดีหรือผลเสียต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนนั้น มีสาเหตุที่สำคัญมาจากการกระทำของตนเอง แต่กลับความเชื่อว่า ผลดีหรือผลเสียที่เกิดขึ้นกับตนนั้น มีสาเหตุที่สำคัญมาจากโชคเคราะห์ ความบังเอิญ อำนาจของคนอื่น หรือสาเหตุอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของตน หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นผู้ที่มีความเชื่ออำนาจในตนต่ำ เพราะเมื่อมีผลเสียเกิดขึ้นกับตน ก็มักจะกล่าวโทษผู้อื่น หรือสาเหตุอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การกระทำของตนว่าเป็นต้นเหตุของผลเสียนั้น

ผลการวิจัยพบว่าระดับคุณภาพชีวิตการทำงานอยู่ในระดับสูง โดยคุณภาพชีวิตการทำงานด้านลักษณะงานท้าทายความรู้ความสามารถ โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ และโอกาสได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานอยู่ในระดับสูง แต่คุณภาพชีวิตการทำงาน

ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม กับความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวอยู่ในระดับค่อนข้างสูง สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นเนื่องจากพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการเห็นว่าหน้าที่ของตนเป็นหน้าที่ที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ และทักษะอย่างหลากหลาย ในการสอนรวมไปถึงการทำงานด้านอื่นๆภายใต้บทบาทความเป็นอาจารย์ และเห็นว่าตนได้รับการส่งเสริมให้มีความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนในเรื่องเวลาหรือค่าใช้จ่ายเพื่อศึกษาต่อ หรือทำตำแหน่งวิชาการ รวมไปถึงการได้รับโอกาสให้มีส่วนร่วมในการบริหารงานและแสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงาน หรือมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ของสาขา คณะ หรือมหาวิทยาลัย แต่ข้อค้นพบที่มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาจะต้องตระหนักเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ คือ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม กับความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ซึ่งผลการวิจัยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เป็นเพราะพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ มีความเห็นว่าค่าตอบแทนที่ได้รับไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับค่าครองชีพในขณะที่ตนต้องปฏิบัติหน้าที่ในมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองหลวง ไม่ว่าจะเป็นค่าที่อยู่อาศัย รวมไปถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ จึงเป็นเหตุให้พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมีความเห็นว่าตนไม่ค่อยมีความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว

ผลการวิจัยพบว่าระดับจิตลักษณะตามสถานการณ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยจิตลักษณะตามสถานการณ์ด้านทัศนคติที่ดีในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง ในขณะที่เดียวกันความเครียดจากการปฏิบัติงานโดยรวมก็อยู่ในระดับค่อนข้างสูง อาจเป็นเพราะบทบาทหน้าที่ในการพัฒนางานด้านการสอน การทำวิจัย และการให้ความรู้แก่นักศึกษาและประชาชน นั้นเป็นสิ่งที่พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการส่วนใหญ่รับรู้ได้ถึงคุณค่า และประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากบทบาทและหน้าที่ของตนเอง ซึ่งส่งผลต่อสังคม แต่ในขณะเดียวกันสิ่งเหล่านี้ก็มาควบคู่กับความคาดหวังจากสังคมจึงส่งผลให้พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมีความเครียดตามมา จึงนำมาซึ่งผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า

พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมีความเครียดจากการปฏิบัติงานอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ผลการวิจัยพบว่าระดับความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีนั้นอยู่ในระดับค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่าพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มีการแสดงออกของพฤติกรรมในการคิดริเริ่มแนวใหม่ โดยมีการผสมผสานบูรณาการและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ค้นหาโอกาสที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่มาใช้ในองค์กร การคิดวิธีการใหม่ๆ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาในงาน มีการคิดใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์กับแนวคิดใหม่ได้อย่างเหมาะสม มีการส่งเสริมจิตใจให้คนอื่นเห็นความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งมีการแสดงออกของบุคคลในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนำความคิดสร้างสรรค์นั้นมาใช้ประโยชน์ในองค์กรได้อยู่ใน อีกทั้งยังมีการแสดงออกพฤติกรรมที่ไม่เป็นทางการ โดยเป็นการให้ความร่วมมือ ความช่วยเหลือ และความเป็นมิตร เป็นพฤติกรรมทางสังคมในเชิงบวก ซึ่งจะช่วยให้ผู้อื่นเกิดความรู้สึกในทางที่ดี และคงไว้ซึ่งความรู้สึกที่ดีนั้น ตลอดจนมีความรู้สึกเป็นพวกพ้องเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Katz (1964) cited in Smith et al (1983: 653) และยังสอดคล้องกับความหมายของ ออร์แกนที่ว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเป็นพฤติกรรมที่องค์กรไม่ได้กำหนดไว้ให้เป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ พนักงานจึงไม่ได้รับการปกป้อง หรือได้รับสิ่งตอบแทนที่กำหนดไว้ตามระบบ แต่เป็นพฤติกรรมที่พนักงานเต็มใจปฏิบัติเพื่อองค์กรและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นประโยชน์ต่อองค์กร สรุปได้ว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยานั้นมีพฤติกรรมของพนักงานที่เกิดขึ้นจากตัวของพนักงานเอง ซึ่งองค์กรไม่ได้กำหนดไว้ให้ปฏิบัติอย่างเป็นทางการ แต่เป็นพฤติกรรมที่เกินกว่าบทบาทหน้าที่ของพนักงานและพนักงานเต็มใจปฏิบัติเพื่อร่วมงานและองค์กร โดยพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นพฤติกรรมที่สนับสนุน และก่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ รวมถึงมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อองค์กร ซึ่งการแสดงออกทางพฤติกรรมทั้งสองนั้นอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

รายการอ้างอิง

- กองบริหารงานบุคคล. (2566, ธันวาคม 1). กองบริหารงานบุคคล. Retrieved from
BSRU: <https://hrmd.bsru.ac.th/academic-sta/>
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์.(2551). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2538). ทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะธรรม: การวิจัยและการพัฒนาบุคคล.
(พิมพ์ครั้งที่ 1).โครงการส่งเสริมเอกสารวิชาการ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2541). รูปแบบปฏิสัมพันธ์นิยม (Interactionism model) เพื่อ
การวิจัยสาเหตุของพฤติกรรมและการพัฒนาพฤติกรรมมนุษย์. วารสารพัน
ตาภิบาล, 10(2), 105.108.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2549). หลักและวิธีการประมวลเอกสาร เพื่อความเป็นเลิศใน
การวิจัยทางจิตพฤติกรรมศาสตร์. คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2550). ความเชื่ออำนาจในตน: การวัด ความสำคัญและการ
เปลี่ยนแปลง. พัฒนาสังคม. 8 (ตุลาคม): 107-142.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2553). ทฤษฎีและผลการวิจัยทางจิตพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการ
วิจัยและพัฒนาบุคคลและสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : หจก.สาม
ลดา.
- พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ. (2552). ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์การ :
ความหมาย ทฤษฎี วิธีวิจัย การวัด และงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร. เสมา
ธรรม.
- พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ. (2548). การสำรวจโดยการสุ่มตัวอย่าง: ทฤษฎีและการปฏิบัติ.
กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะรัฐประศาสน
ศาสตร์.

- Allen, N. J. , & Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252-276.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International*, 13(3), 209–223.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. General Learning Press.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1–26.
- Costa, P., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual. In *Psychological Assessment Resources* (pp. 223–256).
- Hackman, J. Richard; Lawler, Edward E. (1971). Employee reactions to job characteristics. *Journal of Applied Psychology*, Vol 55(3), Jun 1971, 259-286
- Herzberg, Frederick, and others. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley and Sons.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Luthans, F., & Stajkovic, A. D. (1999). Reinforce for performance: The need to go beyond pay and even rewards. *Academy of Management Executive*, 13(2), 49–57.
- Maslow, Abraham.H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harpers and Row.

- Magnusson, D. (1999). On the individual: A person-oriented approach to developmental research. *European Psychologist*, 4(4), 205-218.
- Magnusson, D. (2001). The holistic-interactionist paradigm: Some directions for empirical development research. *European Psychologist*, 6(3), 153-162.
- Magnusson & Endler, (1976). *Interactional psychology and personality*. Washington, D. C.: Hemisphere Pub. Corp.; New York: distributed by Halsted Press, c(1976).
- Magnusson. D. & Endler. N.S. (1977). *Personality at the crossroads: Current issues in interactionism psychology*. New Jersey: LEA Publishers. pp. 18-21.
- McClelland, David C. (1961). *The Achieving Society*. New York: D. Van Nostrand Company Inc.
- McClelland, D. C. (1966). *Costs and competition in retailing*. London: Macmillan; New York: St. Martin's P., 1966
- Pavlov, I. P. (1927). *Conditioned reflexes*. Oxford University Press.
- Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. Macmillan.
- Tett, R.P., & Burnett, D.D. (2003). A personality trait-based interactionist model of job performance. *Journal of Applied Psychology*, 88(3), 500-517.
- Walsh, W.B., Craik, K.H., & Price, R.H. (2000). *Person-environment psychology*. (2nd Ed.). Mahwah, NJ: LEA.
- Walton, Richard E. (1974). Improving Quality of Work Life. *Harvard Business Review*, 15 (5), pp. 12-16.
- Smith, C. Ann., Organ, Dennis. W., and near, Janet. P. (1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. *Journal of Applied Psychology*. 68: 653-663.

การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบ
ประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่ เขตสัมพันธวงศ์
กรุงเทพมหานคร

The Strengthening political culture in the regime democracy
of local politicians in the area Samphanthawong District
Bangkok

แสงเทียน สุนันตา¹, วิจิตรา ศรีสอน²

Sangthien Sunanta, Wijitra Srisorn

Received: September 14, 2023 Revised: October 20, 2023. Accepted:
February 29 2023

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของ
ประชาชนที่มีต่อการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของ
นักการเมืองท้องถิ่นและเพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองใน

¹ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหา Master of Political Science Program (Politics and Government) College of Politics
and Governance Suan Sunandha Rajabhat University. E-mail:
s64563825026@ssru.ac.th

² วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา College of
Politics and Governance Suan Sunandha Rajabhat University. E-mail:
wijitra.sr@ssru.ac.th

ระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจากการเปิดตารางของ Taro Yamane ที่มีระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 95% จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชน ในเขตสัมพันธวงศ์ ได้แก่ แขวงจักรวรรดิ จำนวน 120 คน แขวงสัมพันธวงศ์จำนวน 150 คน และแขวงตลาดน้อย จำนวน 130 คน ใช้แบบสอบถาม 4 ส่วน เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการหาค่า t-test, F-test ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชน ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย ($\bar{X} = 3.97$) และด้านการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.89$) กระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ กระบวนการด้านการกล่อมเกลางานการเมือง ($\bar{X} = 4.08$) และกระบวนการด้านค่านิยม ทศนคติ วัฒนธรรมทางการเมือง ($\bar{X} = 4.07$) ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา ควรจัดพื้นที่เพื่อแสดงออก หรือลานวัฒนธรรมการเมืองให้กับประชาชนในพื้นที่ และจัดกิจกรรมการเข้าร่วมรับชมสารคดีที่เกี่ยวกับการสนับสนุน วัฒนธรรมประชาธิปไตย ประวัติความเป็นมา เพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมและป้องกันวัฏจักรทางการเมืองที่เคยเกิดขึ้นในอดีตและนำผลของวัฒนธรรมทางการเมืองในอดีตมาเป็นแนวทางการพัฒนาไปสู่อนาคต

คำสำคัญ (Keywords): การเสริมสร้างการเมือง, วัฒนธรรมทางการเมือง, การกล่อมเกลางานการเมือง

Abstract

The main objectives of this study are: To study the level of public opinion toward the promotion of political culture in democracy of local politicians. and to study the process of promoting political culture in democracy of local politicians in Samphanthawong area. Bangkok is a quantitative research The sample used to study from Taro Yamane's opening table with a degree of error of not more than 95%. Number of 400 people. Collecting data from communities in Samphanthawong area, including. Chakkrawat, 120 people. Samphanthawong, 150 people. and Talat Noi Subdistrict, 130 people. The 4S questionnaire was used as a study tool. Data was analyzed by percentage determination. Mean and Standard Deviation. and test the hypothesis by finding the t-test, F-test The study found that

The level of public opinion found that the overall level of opinion was at a high level. ($\bar{X} = 3.93$) The aspect with the highest level of opinion was Promotion of democratic political culture ($\bar{X} = 3.97$) and the promotion of participatory political culture ($\bar{X} = 3.89$) The process of enhancing political culture in democracy for local politicians in Samphanthawong area Bangkok found that The overall level of opinions is at a high level. ($\bar{X} = 4.07$) The aspect with the highest level of opinion was the process of political refinement. ($\bar{X} = 4.08$) and the process of values, attitudes, political culture ($\bar{X} = 4.07$). Suggestions from the study showed that the space for expression or political culture should be arranged for the people in the area. And organize activities to watch documentaries about supporting democratic culture. history to cultivate a culture and prevent the political cycle that happened in the past and

to use the results of the political culture of the past as a guideline for future development.

Keywords: Strengthening Politics, Political Culture, Political Refinement

บทนำ (Introduction)

การปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยมีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง และในช่วงเวลาต่าง ๆ ก็มีความเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกัน โดยการปกครองส่วนท้องถิ่นในช่วงแรกเป็นการปกครองแบบรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลาง โดยมีระบบราชการส่วนภูมิภาคที่แต่งตั้งจากส่วนกลางในการควบคุมท้องถิ่นในภายหลังรัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติเพื่อกระจายอำนาจจากส่วนกลางให้ท้องถิ่นมากขึ้น (นครินทร์ เมฆไตรรัตน์, 2553) ซึ่งการปกครองส่วนท้องถิ่นมีลักษณะของการมอบอำนาจให้ประชาชนปกครอง เป็นลักษณะของการกระจายอำนาจ “Decentralization” ซึ่งต่างกับการรวมอำนาจ “Centralization” หรือการแบ่งอำนาจ “Deconcentration” ทำให้เกิดมีการปกครองตนเอง และมีความเป็นอิสระในการบริหาร แต่ก็ยังอยู่ภายใต้การควบคุมกำกับดูแลของรัฐตามสมควร ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตส่งผลให้กระบวนการทางสังคมต่าง ๆ ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยนั้น ทำให้อำนาจท้องถิ่นมีการเปลี่ยนแปลงเรื่อยมาในอดีตนั้นพบว่า อำนาจท้องถิ่นมีลักษณะที่หลากหลายของกลุ่มอำนาจ แต่มีจุดมุ่งหมายที่คล้ายคลึงกันคือ การพยายามสร้างความสัมพันธ์กับลูกน้อง บริวาร หรือชาวบ้าน เพื่ออาศัยในฐานะเป็นเครื่องปกป้องอำนาจท้องถิ่น การแสดงบทบาทดังกล่าวรับรู้กันอยู่แล้วว่าผู้คนในท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยบุคคลซึ่งสามารถให้ความปลอดภัยในการดำรงชีวิตผนวกกับการสร้างฐานอำนาจของตนเองเพื่อให้เกิดความอยู่รอด (ประหยัด หงส์ทองคำ, 2560, หน้า 35) อีกทั้งยังมีจุดมุ่งหมายอีกประการหนึ่งคือ อำนาจท้องถิ่น อำนาจอิทธิพลก่อให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ อำนาจของท้องถิ่นจึงเข้าสู่หรือพยายามที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้มีอำนาจในระบบราชการเพื่อที่จะทำให้ผลประโยชน์

ของตนดำเนินต่อไป บางส่วนไม่ได้เข้าสู่ระบบราชการก็ต้องสร้างเครือข่ายที่สัมพันธ์กับราชการชั้นสูงเพื่อปกป้องสถานะของตน แต่ก็ยังสร้างสัมพันธ์กับชาวบ้านมากขึ้นเช่นกัน เพื่อดำรงความศักดิ์สิทธิ์ในอำนาจของตน ลักษณะทางการเมืองจะเป็นการสืบทอดอำนาจทางการเมืองผ่านระบบเพื่อนพ้อง เครือข่าย โดยเฉพาะทางเครือญาติ ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มอิทธิพลทางการเมือง (คงฤทธิ กุลวงษ์, 2561, หน้า 109) ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่ด้วยกันหลากหลายกลุ่ม โดยเฉพาะในบริบทช่วงหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมาที่มีการเกิดการเลือกตั้งและการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรมนั้น ผู้ที่ได้รับเลือกตั้งในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาทิเช่นในปัจจุบัน ก็เป็นคนสนิทของฐานอำนาจของนักการเมืองเก่าหรือเป็นคนจากพรรคการเมืองที่มีอำนาจเป็นฐานอำนาจเก่าอีกเช่นกันยังไม่นับรวมเครือข่ายที่เข้าไปครอบงำการเลือกตั้งในระดับต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการจัดซื้อจัดจ้าง ปัญหาการใช้ทรัพยากรของทางราชการ ที่ปรากฏในปัจจุบันจากการศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ มีปัญหาในการจัดซื้อจัดจ้างการใช้ทรัพย์สินของทางราชการเพื่อประโยชน์ส่วนตน เป็นต้น ซึ่งเป็นส่งผลต่อขวัญกำลังใจของประชาชนในพื้นที่นับว่าเป็นความล้มเหลวในการใช้งบประมาณแผ่นดิน เกิดการแสวงหาผลประโยชน์อันมิชอบของนักการเมืองและข้าราชการ หากเกิดการมีส่วนร่วมระหว่างภาคประชาสังคม ภาคการศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เชื่อว่าในการทุจริตคอร์รัปชันก็จะลดลงหรือหมดไป จึงเป็นปัญหาต่อการพัฒนาเนื่องจากขาดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ส่งผลให้การพัฒนาด้านต่าง ๆ ไม่มีประสิทธิภาพ เป็นปัญหาที่รัฐบาลได้หาแนวทางป้องกันและปราบปรามเพื่อให้ปัญหาดังกล่าวลดน้อยลงหรือหมดไปจากสังคมไทย (ปรีชา อุตระกุล และคณะ, 2561, หน้า 112)

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นจะส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่น ฉะนั้นการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนนับเป็นการมีส่วนร่วมพื้นฐานที่สำคัญของการเมือง

ท้องถิ่นในระบบประชาธิปไตย ทั้งนี้ก็เพราะว่าพลเมืองเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย ซึ่งเป็นอำนาจสูงสุดของรัฐและพลเมืองได้ใช้อำนาจผ่านระบบ ตัวแทนที่เลือกเข้าไปทำหน้าที่ในสถาบันทางการเมืองต่าง ๆ ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น สิ่งที่เราให้ความสำคัญคือ การมีส่วนร่วมอย่างมีคุณภาพของประชาชน คือ การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างอิสระ บนพื้นฐานของความรู้ความตระหนักถึงสิทธิ และหน้าที่ของพลเมือง ในระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยทำการศึกษาการเสริมสร้างวัฒนธรรมทาง

การเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ แนวคิดวัฒนธรรมทางการเมือง แนวคิดการส่งเสริมการเมืองในระบอบประชาธิปไตย แนวคิดเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่น

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเขตสัมพันธวงศ์ ประกอบด้วย 3 แขวง ได้แก่ 1) แขวงจักรวรรดิ จำนวน 6,268 คน 2) แขวงสัมพันธวงศ์ จำนวน 7,807 คน 3) แขวงตลาดน้อย จำนวน 6,702 คน รวม 20,777 คน กลุ่มตัวอย่าง จากใช้สูตรคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางของ Taro Yamane (1973, P. 727) ที่มีระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

แขวงพื้นที่	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1) แขวงจักรวรรดิ	6,268	118
2) แขวงสัมพันธวงศ์	7,807	147
3) แขวงตลาดน้อย	6,702	126
รวม	20,777	392

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้โดยศึกษาจากชุมชนในเขตสัมพันธวงศ์ ประกอบด้วย 3 แขวง ได้แก่ 1) แขวงจักรวรรดิ 2) แขวงสัมพันธวงศ์ และ 3) แขวงตลาดน้อย

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตด้านระยะเวลา โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตุลาคม 2565 - พฤษภาคม 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และแขวงพื้นที่ ส่วน

ที่ 2 การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ส่วนที่ 3 กระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 392 คน โดยแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร
2. นำแบบสอบถามที่ตอบแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
3. ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แบบสอบถามกลับคืนมาคิดเป็นร้อยละ 100

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามแต่ละส่วนของแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) ค่า t-test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระและการทดสอบ ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ One - way ANOVA หรือ F-test หากพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheff's Test) การนำเสนอรูปแบบเชิงปริมาณเป็นการนำเสนอด้วยรูปแบบตารางและการบรรยายได้ตาราง

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 -40 ปี มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาศัยอยู่ในพื้นที่แขวงสัมพันธวงศ์ ผลการศึกษานำเสนอได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร นำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมือง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม	3.89	0.55	มาก
2. การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย	3.97	0.70	มาก
ภาพรวม	3.93	0.63	มาก

จากตารางค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) และด้านการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) ตามลำดับ

2. ผลการศึกษากระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร นำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ภาพรวม

กระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมือง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กระบวนการด้านการกล่อมเกลாதทางการเมือง	4.08	0.66	มาก
2. กระบวนการด้านค่านิยม ทศนคติวัฒนธรรมทางการเมือง	4.07	0.67	มาก
ภาพรวม	4.07	0.66	มาก

จากตารางค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ภาพรวมพบว่า ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ กระบวนการด้านการกล่อมเกลาททางการเมือง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) และกระบวนการด้านค่านิยม ทศนคติ วัฒนธรรมทางการเมืองระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$)

อภิปรายผล (Research Discussion)

จากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย และด้านการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม ตามลำดับ เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า

ด้านการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรียงลำดับ ได้แก่ ประชาชนสามารถแสดงสิทธิและเสียงตามระบอบประชาธิปไตยได้อย่างเต็มที่ ประชาชนมีสิทธิในการร่วมแสดงความคิดเห็นกิจกรรมทางการเมืองภายใต้ระบอบประชาธิปไตย ประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมรับชมสารคดีที่เกี่ยวกับการพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตย ข้อที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมรับชมสารคดีที่เกี่ยวกับการสนับสนุนวัฒนธรรมประชาธิปไตย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉราวรรณ ไชยะเขียว และยุทธนา ปราณีต (2565, หน้า 411) พบว่า รัฐต้องส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตยทั้งในระดับล่างหรือระดับท้องถิ่นรวมทั้งการส่งเสริมการศึกษาตั้งแต่ระดับต้นจนถึงระดับมหาวิทยาลัย ต้องส่งเสริมและพัฒนาให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีมีความเชื่อมั่นศรัทธาต่อหลักการประชาธิปไตย จนประชาชนรู้สึกห่วงแหนระบอบประชาธิปไตย ซึ่งมีหลักการว่าการปกครองของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน เคารพในหลักสิทธิและเสรีภาพของตนเองและบุคคลอื่น ประกอบกับยึดมั่นในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ รวมทั้งเรื่องการแสดงความคิดเห็นและการรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นเคารพหลักความเสมอภาค เคารพหลักนิติธรรม มีจิตใจเป็นประชาธิปไตยจึงทำให้วัฒนธรรมทางการเมืองมีพัฒนาการที่สูงขึ้น

ด้านการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรียงลำดับได้แก่ ในพื้นที่มีกระบวนการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตยใน

รูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมประชาธิปไตยนั้น ประชาชนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตามอัธยาศัย การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตยเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธงชัย สิงอุดม, จำนงค์ อติวัฒนสิทธิ์ และสุรพล สุษะพรหม (2565, หน้า 105) พบว่า การประเมินผลรูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่จังหวัดเลย ในภาพรวม พบว่า ด้านความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 2 ด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และการพัฒนารูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่จังหวัดเลย ประกอบด้วย ด้านการออกเสียงเลือกตั้ง ด้านการสื่อสารทางการเมือง ด้านจิตสำนึกทางการเมือง ด้านการเป็นตัวแทนกลุ่มหรือพรรคการเมือง ด้านการเป็นอาสาสมัครทางการเมือง ด้านการเป็นกลุ่มสังเกตการณ์ทางการเมือง ด้านการเคลื่อนไหวทางการเมือง การตื่นตัวทางการเมืองของเยาวชน และคนรุ่นใหม่ และธรรมาภิบาลทางการเมือง

ผลการศึกษากระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของนักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือกระบวนการด้านการกล่อมเกลາทางการเมือง และกระบวนการด้านค่านิยมทัศนคติ วัฒนธรรมทางการเมืองเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่ากระบวนการกล่อมเกลາทางการเมืองเกิดจากการที่บุคคลเรียนรู้และฝึกฝนจากกิจกรรมทางการเมืองที่บุคคลนั้น ๆ มีความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสวัสดี จิรัฏฐิติกาล (2565, หน้า 1) การส่งเสริมวัฒนธรรมการเมืองประชาธิปไตยของประชาชน วัฒนธรรมทางการเมืองนั้นเป็นแบบแผนพฤติกรรมทางการเมืองของบุคคล ซึ่งมาจากความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติทางการเมือง เกิดจากกระบวนการปลูกฝังอบรมกล่อมเกลາทางการเมือง ทั้งในทางตรงและในทางอ้อมเป็นระยะเวลานาน จนทำให้บุคคลในสังคมมีความรู้ทางการเมือง ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองของบุคคลในสังคมการส่งเสริมวัฒนธรรมการเมืองประชาธิปไตยของประชาชน ประกอบด้วย 1) การสร้างความรู้

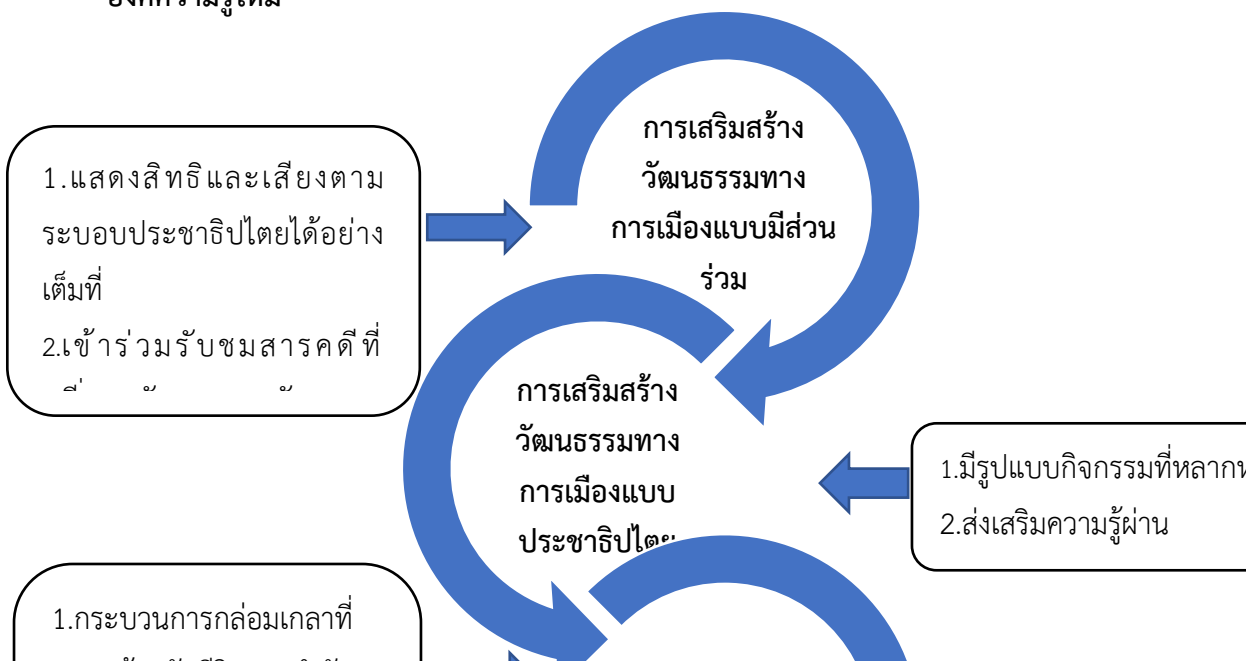
ความเข้าใจ เป็นการยกระดับความรู้ความสามารถ ทักษะ และเจตคติ ให้กลายเป็นพลเมืองที่มีความรู้ ความสามารถ ตระหนักในศักยภาพของตน รวมทั้งการเป็นหน้าที่พลเมือง การเคารพซึ่งกันและกัน และการใช้สติในการดำเนินชีวิต 2) การสร้างการมีส่วนร่วม โดยให้ความรู้ ให้ข้อมูล ในการทำให้ประชาชนปรับเปลี่ยนความคิด วิถีคิด การกระทำ และการสร้างจิตสำนึกว่าสิ่งใดที่เป็นเรื่องของส่วนรวมหรือของประเทศชาติ ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมวัฒนธรรมการเมือง ประชาธิปไตยของประชาชนโดยการสร้างกระบวนการเรียนรู้ สร้างความเข้าใจ ความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมทางการเมืองที่ถูกต้อง และยึดหลักประชาธิปไตย

ด้านกระบวนการด้านค่านิยม ทศนคติ วัฒนธรรมทางการเมือง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดเรียงลำดับได้แก่ วัฒนธรรมทางการเมืองเป็นแบบแผนความสัมพันธ์ในชุมชนเกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน วัฒนธรรมทางการเมือง เป็นแบบแผนเกี่ยวกับการเมืองการปกครอง และการดำเนินชีวิตภายใต้การเมืองในระบอบประชาธิปไตย และประชาชนในพื้นที่มีความเชื่อในรูปของค่านิยมทางการเมืองที่หลากหลาย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลี บุญเรือง และเติมศักดิ์ ทองอินทร์ (2565, หน้า 240) พบว่า 1) ระดับปัจจัยและหลักพุทธธรรมที่เสริมสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมืองในประเทศไทย ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการเสริมสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมืองในประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนประชาชนมีความคิดเห็นต่อหลักพุทธธรรมเสริมสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมือง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) จิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมือง ประชาชนมีความคิดเห็นต่อจิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมือง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมือง พบว่า ปัจจัยด้านการเคารพความแตกต่าง ปัจจัยด้านการรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวม ปัจจัยด้านการเคารพสิทธิผู้อื่น ส่งผลต่อจิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมืองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสำนึก

ค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมือง Adjusted R2 = 0.32 4) รูปแบบการเสริมสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมือง มีองค์ประกอบสำคัญ คือ 1) ด้านความรู้ ด้านทักษะ 2) ด้านเจตคติและค่านิยม และ 3) ด้านพฤติกรรม

ข้อที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ได้แก่ ประชาชนมีความพอใจเกี่ยวกับความเชื่อและทัศนคติทางการเมืองของตัวนักการเมืองในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระครูวินัยธรรอริษฐ์สุวโท (สุพานิช) และคณะ (2565, หน้า 46) พบว่า สภาพทั่วไปปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชนในจังหวัดเพชรบุรี จะเห็นได้ว่าการเมืองในจังหวัดเพชรบุรีเป็นการเมืองในระบบอุปถัมภ์ที่สืบเนื่องกันมา ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชนในจังหวัด โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงตามค่าเฉลี่ย จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการกล่อมเกลางานการเมือง และด้านหลักสารณียธรรม 6 เพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย และการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชนในจังหวัดเพชรบุรี ตามหลักสารณียธรรม 6 มุ่งเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองด้านอุดมการณ์ทัศนคติทางการเมือง ที่ต้องยึดมั่นตามหลักระบอบประชาธิปไตย

องค์ความรู้ใหม่



จากภาพประกอบที่ 1 องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยนำเสนอได้ดังนี้

1. ด้านการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม

1.1 ประชาชนสามารถแสดงสิทธิและเสียงตามระบอบประชาธิปไตยได้อย่างเต็มที่ ประชาชนมีสิทธิในการร่วมแสดงความคิดเห็นกิจกรรมทางการเมืองภายใต้ระบอบประชาธิปไตย ประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมรับชมสารคดีที่เกี่ยวกับการพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตย ซึ่งเป็นกระบวนการที่สามารถเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองได้เป็นอย่างดี

1.2 ควรส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมรับชมสารคดีที่เกี่ยวกับการสนับสนุนวัฒนธรรมประชาธิปไตยอย่างต่อเนื่อง หรือมีการจัดกิจกรรมที่เป็นพื้นที่เฉพาะให้กับชุมชนได้ร่วมในกิจกรรม

2. ด้านการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย

2.1 ในพื้นที่ที่มีกระบวนการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตยในรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมประชาธิปไตยนั้นประชาชนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตามอัธยาศัย การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตยเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่

2.2 ในพื้นที่ที่มีควรมีกระบวนการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ วัฒนธรรมทางการเมืองผ่าน

สถาบันการศึกษา หรือกิจกรรมจากนักศึกษาในพื้นที่

3. กระบวนการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของ
นักการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร

3.1 การกล่อมเกลາทางการเมืองสามารถพัฒนาพฤติกรรมทาง
การเมืองให้กับประชาชนในพื้นที่ได้ กระบวนการกล่อมเกลາทางการเมืองเป็น
พฤติกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกในสังคมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และ
กระบวนการกล่อมเกลາทางการเมืองเกิดจากปัจจัยเศรษฐกิจและการเมืองในพื้นที่

3.2 กระบวนการกล่อมเกลาทางการเมืองควรเกิดจากการที่บุคคล
เรียนรู้และฝึกฝนจากกิจกรรมทางการเมืองที่บุคคลนั้น ๆ มีความสนใจ

3.3 ด้านกระบวนการด้านค่านิยม ทศนคติ วัฒนธรรมทาง
การเมือง พบว่าวัฒนธรรมทางการเมืองเป็นแบบแผนความสัมพันธ์ในชุมชน
เกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน วัฒนธรรมทางการเมือง
เป็นแบบแผนเกี่ยวกับการเมืองการปกครองและการดำเนินชีวิตภายใต้การเมืองใน
ระบอบประชาธิปไตย และประชาชนในพื้นที่ที่มีความเชื่อในรูปของค่านิยมทาง
การเมืองที่หลากหลาย

3.4 ประชาชนมีความพอใจเกี่ยวกับความเชื่อและทัศนคติทางการเมือง
เมืองของตัว
นักการเมืองในพื้นที่

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรจัดพื้นที่เพื่อแสดงออกหรือลานวัฒนธรรมการเมืองให้กับประชาชนใน
พื้นที่ และจัดกิจกรรมการเข้าร่วมรับชมสารคดีที่เกี่ยวกับการสนับสนุนวัฒนธรรม
ประชาธิปไตย ประวัติความเป็นมา เพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมและป้องกันวัฏจักรทาง

การเมืองที่เคยเกิดขึ้นในอดีตและนำผลของวัฒนธรรมทางการเมืองในอดีตมาเป็นแนวทางการพัฒนาไปสู่อนาคต

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ประชาชนมีความพอใจเกี่ยวกับความเชื่อและทัศนคติทางการเมืองของตัวนักการเมืองในพื้นที่ และควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ร่วมกันระหว่างนักการเมืองกับประชาชนในพื้นที่

2. ในพื้นที่ที่มีกระบวนการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรมทางการเมืองผ่านสถาบันการศึกษา เพื่อเริ่มปลูกฝังในเด็ก ๆ นักเรียน นักศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเมืองและมองการเมืองเป็นเรื่องใกล้ตัว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรนำผลที่ได้จากการศึกษาในพื้นที่ไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่น และควรทำการศึกษาเปรียบเทียบความเหมือน ความแตกต่างการมีส่วนร่วมหรือวัฒนธรรมทางการเมืองในแต่ละเขตพื้นที่ เพื่อนำผลมาพัฒนากระบวนการทางการเมืองในท้องถิ่นและนำไปสู่การพัฒนาการเมืองในระดับประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- คงฤทธิ์ กลวงษ์. (2561). การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล
หนองบ่ออำเภอนาแก จังหวัดนครพนม. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัย
สวนดุสิต, 14(3). 109 – 125.
- ธงชัย สิงอุดม, จำนงค์ อติวัฒนสิทธิ์ และสุรพล สุยะพรหม. (2565). การพัฒนารูปแบบ
วัฒนธรรม
ทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่จังหวัดเลย. วารสารวิจัย
วิชาการ, 5(2). 105-114.
- นครินทร์ เมฆไตรรัตน์ (2553). ทิศทางการปกครองท้องถิ่นไทยและต่างประเทศ
เปรียบเทียบ. กรุงเทพฯ: วิทยุชน.

- ประหยัด หงษ์ทองคำ. (2560). **การพัฒนาทางการเมืองโดยกระบวนการปกครองท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: นำอักษรการพิมพ์.
- ปรีชา อุยตระกูล และคณะ. (2561). **บทบาทหอพื้นบ้านในสังคมชนบทอีสาน**.
ขอนแก่น: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พระครูวินัยธรอริษฐ์ สุวฑฺฒ (สุขพานิช) และคณะ. (2565). การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชนในจังหวัดเพชรบุรี. **วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์**, 7(1). 46 – 63.
- สวัสดิ์ จิรัฐติกาล. (2565). การส่งเสริมวัฒนธรรมการเมืองประชาธิปไตยของประชาชน. **วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย**, 4(2). 1- 12.
- สุมาลี บุญเรือง และเติมศักดิ์ ทองอินทร์. (2565). การเสริมสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกค่านิยมวัฒนธรรมทางการเมืองภาคพลเมือง. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**, 10(1). 240 – 254.
- อัจฉราวรรณ ไชยะเชียว และยุทธนา ประณีต. (2565). วัฒนธรรมทางการเมืองภายใต้การพัฒนาประชาธิปไตยของไทย. **Journal of Roi Kaensarn Academi**, 7(7). 411 – 422.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.727-728.

The Innovative Design and Application of the Traditional Culture Story in the Paper Carving Lamps

Yang Guang¹ Wuttiiphung Rodkasemsri²

Received: November 26, 2023. Revised: December 11, 2023. Accepted: February 26
2024

Abstract

Chinese paper carving originated from the Han Dynasty. Paper carving lamps combined with traditional culture in the cultural and creative market are popular. The paper takes the paper carving lamp as the research object, clarifies the relevant characteristics and classification of the paper carving lamp, and aims to analyze the innovative design and application of the paper carving lamp from the perspective of the paper cutting art. The article first expounds on the origin and development of the paper lantern, then analyzes the embodiment of traditional cultural stories on the paper lantern, summarizes its shortcomings, and puts forward suggestions for improvement to contribute to the innovation and development of the paper lamp.

¹ Master of Arts student, Fine and Applied Arts Research and Creation, Faculty of Fine and Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University. E-mail: 714638468@qq.com

² Associate Professor, Faculty of Fine and Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University. E-mail: wutap@hotmail.com

Keywords: traditional culture, paper carving lamps, light and shadow, innovative application

Background

Chinese paper carving originated in the Han Dynasty and keeps developing, and paper carving lamps are one of its innovative forms. The paper carving focuses on its layered depth of field, plus the light and shadow effects to present layers of beauty. Paper carving lamps combined with traditional culture are trendy in the cultural and creative market. This paper studies the innovation and application of conventional cultural stories in the theme of paper lamp, excavates the application of traditional cultural stories in the paper lamp, and adds bricks to the development of the paper lamp.

About paper carving lamp

1. Paper carving lamp overview

Paper carving, also known as paper relief, originated from the Han Dynasty. Ancient paper carving art was mainly bred in the soil of folk art, and its development was slow but never interrupted. Although the form is unchanged, it does not lose the spirit of innovation. The paper carving lamp is one of its innovative forms. The 3D paper lamp (Jian, 2021) is a breakthrough based on the traditional 2D paper lamp. The original simple paper presents a mysterious and dreamy picture under light and shadow through the layered paper carving patterns.

2. Classification and characteristics of paper carving lamps

Art paper carving can be divided into plane paper carving and three-dimensional paper carving (Zhuqing & Yongqiao, 2021). Flat paper carving is a two-dimensional paper carving on a plane, similar to paper cutting. What is essential is that the three-dimensional paper carving has multiple layers of prospect, middle, and background and is hollowed out at the same distance. Interdimensional paper carving can be divided into folded and unfolded (Kaili & Longxiang, 2021). Foldable paper sculptures resemble the Mount Fuji project created by Japanese designer Ohno. When no work is displayed, it looks like a book. Then, there is a boxed art paper sculpture. The frame is made of wood or plastic, with the front side on the left and the glossy panel on the outer layer. About ten layers of flat paper carvings are in the frame, usually consisting of foreground, central scene, and background. Interested readers can also carve it down by themselves and make paper carvings according to the abovementioned method, increasing interest in reading and participation (Song & Song, 2021).

3. Light and shadow design

The paper carving lamp's outline is distinct, the perfect fusion of light and shadow. The 3D paper carving lamp deduces the ordinary paper carving into a dream story. The front is a fine paper sculpture with a beam of light stuck in the back. Combined with traditional stories to create traditional cultural characters, warm yellow light through the layers of figures, presenting a romantic picture, clever design, and carefully polished

details, people can be moved at a glance. Levels, light, and shadow are lovely. Based on traditional paper-cutting, the craftsmen add innovative modern lighting elements to give the traditional paper carving new vitality and pay tribute to the artisans.



Figure 1 Luoyang Lijing Gate

The traditional culture and development course of paper carving lamps

Its origins can be traced back to the invention of Chinese Han Dynasty paper and improved paper in Germany in the 16th century. Paper carving lantern, also known as relief lantern, is one of the paper carving arts that originated in the Han Dynasty. Light and shadow appear on the paper, simplifying the complex, integrating ancient carving skills and modern manufacturing technology. Layers of different shapes of paper carving give

ordinary paper uniqueness under the overlap of light and shadow, according to the Jingwei reclamation, change to the moon, diving, and other traditional story images present a beautiful mood: Jingwei bird, moonlight, diving... in the collision of light and shadow, show a romantic dream picture, complete of three-dimensional and design. The paper carving lamp is not only a mysterious dream painting but also a lamp that shines into the heart. With the development of The Times, the paper carving began to appear as cubism, experimental and rigid paper carving in these three schools. After the paper carving spread to Europe, a new era of art began. Many foreign artists began to have a strong interest in paper carving, spreading it to all parts of the world.

The innovative design and application of the traditional culture story in the paper carving lamps

1. The embodiment of traditional cultural stories in the innovative design of paper carving lamps

The appearance of a paper carving lamp expands the expression space, and the art of paper carving breaks through the plane visual effect under traditional modeling. The theme of traditional paper carving is the traditional culture with auspicious meaning and festive style. It is mainly divided into patterns ("fu," "longevity," etc.), animal patterns (fish, dragon, phoenix, and other auspicious animals), flowers and plants patterns, etc. Behind these patterns have a unique moral meaning and traditional

cultural stories. For example, "serrated teeth" and "crescent moon" are essential features of Chinese paper carving culture (Qin, 2020). "Sabretooth" is usually used to shape the outline of the image, and the structure and decoration of the image are mainly along with the shape of the "crescent." Cultural connotation is an essential feature of Chinese paper carving culture. Common expressions are symbols and metaphors. For example, the northern paper-cut "Fu Lu Shouxi" is the bat "bat" harmonic "fu" fu, "deer" "harmonic" lu, "to peach" shou, "magpie" "xi" meaning "xi," the synthesis of "bat deer Shouxi" is the highest, the most comprehensive auspicious. Fulu Shouxi is the origin of Chinese traditional culture and myth, which is considered to be given to human beings by the celestial world. Exaggeration is also a common language of paper carving in China. The paper carving artists follow the principle of "the world comes to mind, and I cut the image." The paper-cut themes in the light and shadow paper carving are mainly divided into natural and virtual categories. The realistic theme is mainly natural and beautiful scenery. The virtual theme includes traditional cultural stories, fairy tales, constellations, festivals, game scenes, etc., usually displayed in a romantic and straightforward style, focusing on creativity and visual expression. Chinese paper carving artists do not have contemporary design knowledge, such as plane composition elements. However, they deeply understand contemporary composition rules such as symmetry, change, contrast, density, and repetition. Symmetry is the most commonly used technique in traditional Chinese art design. Symmetric shapes are common in traditional paper carving patterns, such as the couple and

weaver, which balance the picture. Paper carved lanterns use the auspicious meaning mode of traditional cultural stories from the perspective of theme, achieve the concrete form, embody the meaning of traditional culture (Yaojia & Yaoqi, 2019); reasonable use of realistic expression in modeling, reasonable and complete layout to realize the use of modern elements in the composition.



Figure 2 Goddess of the Luo River

2. The reference significance of traditional culture stories in the design and application of paper carving lamps

(1) Mining the urban characteristics

As a cultural and creative product, cultural creativity is an essential attribute of the art of paper-carved lanterns, focusing on the cultural implication of the works. Today, the inheritance and protection of traditional culture are booming worldwide. A country focusing on the design of light and shadow paper lanterns, taking into account the regional cultural characteristics, inherits the urban cultural characteristics and the cultural communication function of light and shadow paper lanterns. Due to China's long history and culture, the art of paper carving is widely distributed in China, and the pattern has strong folk characteristics. Paper-cutting in each region also has its unique characteristics. Such as the South is simple and elegant and exquisite, exquisite and lifelike artistry. The northern paper carving is straightforward, simple, unique, wild, and rough. This is more pronounced in the northwestern incision. Coarse is pure, delicate is exquisite, and the two interweave, colorful. Therefore, the design of lantern patterns carved on paper, according to the local cultural characteristics (Menglei, 2019), uses the corresponding characteristics of paper cutting. In the context of the northern region, the pattern design of the work focuses on depicting lifelike materials to reflect a straightforward temperament. With the southern region as the background, the material as pure as possible, elegant or pure, the pattern highlights delicate and exquisite.

(2) Give full play to the humanistic spirit

China has a long history of paper carving and a profound folk culture. With the advancement of urbanization and the gradual change of the

small-scale peasant economy, paper carving is gradually far away from people's lives, and the successors of paper carving art are less and less. This reflects the three significant contradictions of economy, technology, and culture faced by paper-cutting art in modern society. In short, as far as the requirements of economic development are concerned, the economic benefits brought by traditional paper carving are challenging to provide continuous support for the survival and development of the industry. Under the background of the rapid development of modern technology, mechanized equipment significantly improves the production efficiency of paper carving, thus considerably reducing the cost of artificial paper carving. The premise is that the three significant contradictions limit the paper carving art. First, from the economic value perspective, the essence of modern light and shadow paper carving lamps is a cultural and creative product. Compared with the traditional single artistic aesthetic function of paper carving, it also has the function of use and more product competitiveness. The composition of the paper carving lamp is not complicated. However, it also needs many materials, such as paper, wood frames, and LED lamps, which indirectly promote the development of various material production industries. Paper-carved lanterns usually appear in traditional festivals and exhibitions. Through various kinds of images, such as the appearance of Dragon Boat Festival zongzi, the pursuit of justice and light for commemorating Qu Yuan, often carrying people's good wishes and spiritual sustenance containing implications.

3. Lack of traditional cultural stories in the application of paper

carving lamps

(1) Single modeling element

Paper carving lamps with paper carving art as the primary form of expression, the style of paper carving determines the artistic expression of paper carving lamps (Jiaxing & Dan, 2019). The art of paper carving is closer to the public's vision, which, to a large extent, meets the protection and development of the traditional historical culture of paper carving. Traditional paper carving is composed of points, lines, surface, and other elements, each element according to a specific image regular arrangement, such as the Mid-Autumn Festival Lantern Festival, familiar traditional culture story of the goddess of the moon, people usually choose the goddess of the moon and yutu these "fixed" character shape to do lanterns, more common is the zodiac [9]. These paper carving lamps image every year the lack of new ideas. The material is also mainly paper carving, bamboo frames, and candles.

(2) Single function

The making method of paper carving lamp is mainly to use layers of paper carved and folded together to form a complete scene picture, and then fixed with the frame; the LED lamp is placed on the back or interspersed in the multi-layer paper according to the effect of the display. After the LED light is lit, the light is projected through pieces of hollow paper, showing a three-dimensional effect. The paper carving lamp not only inherits the traditional paper carving art but also combines modern technology (Yina et al., 2018). However, the paper-carved lanterns usually

only have the simple ornamental and modern lighting value of carrying the traditional culture, and the modern light and shadow art is fully displayed. In real life, paper lanterns usually only appear in the traditional festival lanterns, which are not popular in the home. People's impression of paper lanterns still stays based on lanterns. As a cultural and creative product, there is no breakthrough in modeling and technology. Therefore, the application of improving artistic creativity and daily life is an essential topic for the development of paper carving lamps.



Figure 3 Tang Palace banquet

(3) Single material is used

Traditional paper carving mainly uses light, bright red paper, woolen paper, and rice paper to cut and carve, which limits the expression form of paper carving. In the development process of modern paper carving art, the change and innovation of materials are an excellent medium to express the new ideas of modern paper carving art. The material selection innovation and operability practicability can significantly increase the successful effect and quality of the paper carving lamp. The material selection of modern paper carving lamps will pay more attention to the thickness and hardness of the paper; too soft and too hard will reduce the presentation effect of the paper carving lamp significantly. Moreover, ensure the quality while there are performance requirements, light transmittance is good, not easy to damp mold and deformation.

(4) The production means are backward, and the cost is high

As a cultural and creative gift combining traditional handicrafts and modern industrial production, the paper carving lamp is widely praised by the market for its exquisite appearance and practical lighting function. Over time, some friends have a strong interest in producing, researching, and developing paper lamps and want to design and develop their products. If a single paper carving lamp chooses the factory enterprise customization, not only is the cost high, but many factories cannot meet the needs of a single customization. Traditional paper carving lamps are made by hand, take a long time, cannot receive too big, too urgent orders, and cannot adapt to the fast pace of the market demand.

4. Suggestions on traditional culture stories in the innovative design

and application of paper carving lamps

(1) Combined with the use requirements

With the vigorous development of China's market economy, the material products of the whole society have also begun to be significantly enriched, and the consumption requirements of human beings have also been sought from the original single material satisfaction and began to seek product quality, use feelings, humanized design and so on. Today, when China is vigorously developing the cultural and creative industries, it is the further development of people to bring the Chinese traditional humanistic and art elements into the redesign and development of cultural consumer goods, which is also the new direction of people's efforts. As an exquisite and popular art form, Chinese traditional paper carving art has a unique cultural attraction. It is also favored by the broad masses who like Chinese traditional culture. However, the traditional Chinese paper-cut art forms are usually relatively flat and unable to express the profound scene relationship. The multi-level stacking and hollow processing of modern light and shadow paper carving technology can supplement the defects of traditional paper carving technology, which is the application of the inheritance, expansion, and innovative development of traditional paper carving technology [11]. In addition, due to the low cost of light and shadow hollow-out, the benefits of art appreciation and DIY operation experience also solve the problem of commodity homogenization and improve the prospect of development and promotion.

(2) Combined with modern production technology

With the emergence of laser engraving, paper sculpture art also began to break through the time limit of traditional manual sculpture. Graphic processing software can draw the desired graphics on the computer, with a laser engraving machine carved out to cut the paper. With the integration of computer and laser engraving machine technology, carving paper in light and shadow paper engraving lamps has entered a considerable period of popularization and industrialization. The product cycle has been significantly reduced, and small batch production has become possible. Paper carving is one of the critical uses of laser processing technology. Laser engraving has advantages that cannot be overcome by the traditional mold stamping method. First, it can be processed through non-contact type, no "tool" damage, does not directly affect the paper products, and will not produce machine deformation and mold depreciation loss. Secondly, the laser processing can be done by software drawing. This allows for the rapid carving of various complex shapes and full use of the materials. Finally, due to the fast speed and high precision of laser processing, the hollow effect is more precise and meticulous, which can follow the trend of paper technology and give the paper more artistic value! However, this does not mean that the handicraft industry will disappear in this era as long as the paper carving art is revived through the redesign of light and shadow paper-cut lights, artistic skills, and craft modeling to present a new image.

(3) Maintain the consistency of modern spiritual needs

The traditional paper carving of the Chinese zodiac, fish, shrimp, crab, and various flowers and flowers are combined with the traditional cultural story scene paper-cut patterns, integrating the craft, new animal and plant elements, natural and life scenes, thus enriching the paper-cut patterns. For example, elements such as the sun, rivers, mountains, and trees can be placed in an image to integrate them into the daily image successfully. Combined with the "silk brake" process, it depicts creatures with hairy tentacles, such as sea anemones and jellyfish. It shows the seawater's ripples and the sea surface's weightlessness with the soft tissue's elegance. At the same time, it properly uses folding and cutting techniques to show a series of characters and animals, just like Nu Wa cast the clay figure into the light and shadow paper carving. As it repeats, it becomes decorative and ordered. To enrich the details, fill the color blocks with serrated, crescent, and dots. Large leaves are filled with "new moon" and "dots." Light and shadow paper carving blocks provide rich details while not losing the foundation and enrich the expression of the picture. "Memory Teahouse" illustration lamps and lanterns are based on the customs of the 24 solar terms across China. The walls of the teahouse express the folk memory of the grain rain season. The beauty of nature and harmony render the atmosphere and enhance the indoor atmosphere. "Memory Teahouse" light and shadow series of paper carving lamps represent the combination of traditional Chinese folk activities, using the folding and cutting technology of traditional paper carving technology. The exquisite works combine the "crescent moon" and the "dot" knife method. The designer integrates the narrative elements of local traditional culture into

the design and combines the light and shadow narrative techniques to enhance the viewer's emotional experience, inherit the traditional culture, and arouse people's memories. Moreover, it can promote development.

Summary

This paper reveals the related characteristics and classification of paper-carved lanterns. Through the study of the innovative design and application of the paper carving lamp in the traditional culture, the paper carving lantern is analyzed and understood from the perspective of paper carving art. It reflects the importance of the perfect combination of light and shadow in the design of lamps and the integration and coexistence of the traditional paper-cut art form and modern design thinking. The lamps and lanterns carved on paper have the practical and decorative features of modern lamps and lanterns and make the whole design humanized through the unique artistic language; I hope to learn from the design and application of paper carving lamps.

Reference

- Xu, J. (2021). The three-dimensional art innovation of paper carving. *China Paper Making*, 40(10), 7–8.
- Xie, Z., & Zhang, Y. (2021). On the application of paper carved palace lamp in interior design. *China Paper Making*, 40(07), 15–16.

- Zhang, K., & Xu, L. (2021). Research on developing and applying "paper lantern" souvenirs in Hainan. *Paper Information*, 2021(04), 87–88.
- Song & Song. (2020). Intangible cultural heritage copper official kiln cultural creative products paper carved lamp series design. *Hunan Normal University*.
<https://doi.org/10.27137/d.cnki.ghusu.2020.000098>
- Qing, Q. (2020). Innovative application of paper-cutting art in Light and shadow paper-carved lamps and lanterns. *Western Leather*, 42(02), 24.
- Ma, Y., & Ma, Y. (2019). Marketing analysis of Gaocheng Palace Lantern Museum based on 4C theory. *Comparative Research on Cultural Innovation*, 3(24), 142–145.
- Ma, M. (2019). *Research on the new media communication of "Gaocheng Palace Lantern."* Hebei University.
- Zou, J., & Wu, D. (2019). Analysis of the inheritance and innovation of paper-cutting art — Light and shadow paper carving lamp. *Drama House*, 2019(05), 118–119.
- Luo, C. (2018). Gannan Hakka Lantern Art. *Fine Arts*, 2018(12), 116–117.
<https://doi.org/10.13864/j.cnki.cn11-1311/j.005027>
- Liu, Y., Mo, T., & Zhuang, L. S. (2018). Silhouette Conghua impression paper carved lamp (jewelry box). *Art Mirror*, 2018(03), 6.

Song & Song. (2017). Copper official kiln traditional pattern paper carving lamp. *Hunan Packaging*, 32(04), 2.

A short video on the culture of the Tanka families in Guangxi, China, in the context of cultural tourism integration

Liang Gengliang¹ Prathabjai Suwanthada²

Received: October 6, 2023. Revised: February 15, 2024. Accepted: February 29, 2024

Abstract

This research is a qualitative study, which aims to: 1) analyze the characteristics of Beihai Tanka culture and its intangible cultural heritage in the context of cultural and tourism integration and collect data for making short videos; 2) produce several short promotional videos about Beihai boat-dwelling culture for tourism. The population and sample of this research were divided into four groups: 1) the group of boat-dwelling families living in Beihai; 2) the group of boat-dwelling culture museum staff; 3) the group of film and TV experts; and 4) the group of local and foreign tourists. The groups were selected through the purposive sampling

¹ Faculty of Fine and Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University. E-mail: 57964434@qq.com

² Faculty of Fine and Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University. E-mail: papassuwan66@hotmail.com

method. The research tool used for data collection in this research was the short video platform data acquisition and questionnaire. The statistics used in the study were mean (\bar{x}) and standard deviation (S.D.).

The research showed that Beihai Tanka culture is rich and colorful, with crucial cultural and tourism communication values. Beihai Tanka's cultural heritage faces an extinction threat in the current social development situation. At the same time, short video promotion can effectively promote the tourism of Beihai Tanka culture to protect Beihai Tanka culture. The research also found that the past producers of short videos about Beihai Tanka culture were too commercialized, and they lacked a deep understanding of Tanka culture, distorted the authenticity of the culture, lacked professional production skills, and resulted in poor promotional effects. In this research practice, a program for extracting elements of Beihai Tanka culture and an integrated program for producing and promoting short videos about Tanka culture were designed. The design program was applied to have six groups of short videos and a compilation video of multiple short videos. By analyzing the feedback data from the audience on the short video platform, it was confirmed that the two programs in the conclusion could effectively improve the efficiency of Tanka culture in tourism communication.

Keywords: cultural tourism integration; Guangxi Beihai; Tanka culture; short video; intangible cultural heritage

Research Objectives

1) To analyze the unique characteristics and attractive contents of Tanka culture and intangible cultural heritage in Beihai City in the context of the integration of culture and tourism and to collect data for the production of a short video;

2) To produce a short promotional video about Tanka culture in Beihai for tourism.

Literature Review

Chen Luxi's "A Study on the Development of Beihai Tanka Folk Culture Tourism" (Old Brand Marketing 2020:04.1-2) pointed out the characteristics and development advantages of Beihai Tanka folk culture tourism resources and proposed corresponding adjustment plans and suggestions for the problems that hinder the development of Beihai folk culture tourism in the current situation.

Chen Yanyan's "The Protection of Beihai Cultural Heritage in the Digital Media Era" (Value Engineering 2014(33):14) proposed to use the power of self-media to provide new ways and choices for the protection and promotion of Beihai historical relics. The researcher emphasized that in the new media era, the dissemination of Tanka culture should fully use new media technology and expand its influence.

Mo Lianfeng, Li Guilou, and Zhou Lihong's "A Study on the Interaction Relationship between Beihai Tanka Traditional Folk Culture and Tourism Industry" (Communication and Copyright 2017(10):64) proposed that according to the unique tourism value of Beihai Tanka

traditional folk culture, as well as the problems existing in the development process such as lack of overall planning, insufficient feature highlighting, low popularity, etc., they explored the interaction relationship between them; in this study, the researchers planned to take Beihai Qiaogang Tanka Festival Culture Activities as an observation point, to understand the folk culture connotation of Tanka, and use folk culture tourism characteristic resources as an essential resource for short video production.

Research Methodology

The research tools used in this study are as follows:

- 1) This study adopted the literature research method and field investigation method.
- 2) The specific production plan of the Beihai Tanka culture short video is divided into two stages: pre-production and production;
- 3) Pre-production: There are four steps: determine the theme and target audience of the short video, story, and creative story adaptation, character and scene design, script, and storyboard design.

The production stage has four steps: on-site shooting, video editing, sound and special effects editing, evaluation, and revision.

Research Framework

In this research framework, the result is Beihai Tanka culture short video production, which completes the creative transformation of

traditional culture by extracting traditional Tanka culture elements and applying film and television art.

Research Framework

In this research framework, the result is Beihai Tanka culture short video production, which completes the creative transformation of traditional culture by extracting traditional Tanka culture elements and applying film and television art.

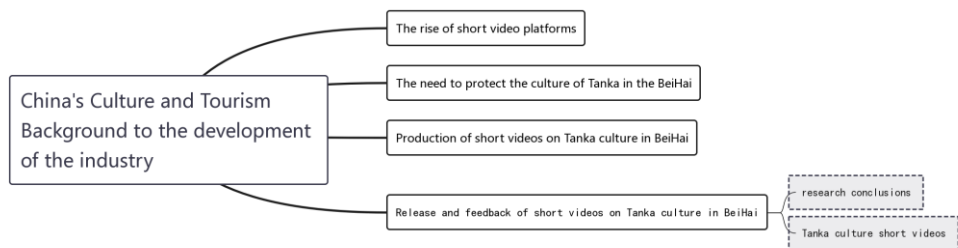


Figure 1 Conceptual Framework

Definition of Term

Tanka: In this study, Tanka refers to a general term for coastal water fishermen who live on boats, make a living by fishing, and do not own property on land. Historically, the Tanka people had their unique language and changed to speak Chinese in the Ming Dynasty. Because they stayed on boats for a long time and lived on water, they formed customs different from the land society.

Short video: In this study, short video means short film video, which is a way of disseminating Internet content. It is generally a video with a duration of fewer than 5 minutes that is circulated on the Internet new media; with the popularity of mobile terminals and the acceleration of the network, short, flat, and fast large-flow dissemination content gradually gains the favor of major platforms, fans, and capital.

Chapter 1 The Status Quo of Tanka Culture and Short Video

1.1 The Diversity of Beihai Tanka Culture

Beihai City is a coastal city in Guangxi, China, with a rich and colorful Tanka culture. Tanka culture is a diverse marine culture that integrates the cultural elements of Han, Zhuang, Yao, and other ethnic groups. Its unique religious culture and belief system includes reverence for nature and ancestors and the philosophy of harmonious coexistence with nature. Tanka culture also has a wealth of folk customs and traditional skills, including unique festival celebrations, handicrafts, and traditional skills related to the ocean and fisheries. Tanka food culture is another important part of its charm, including special snacks and specialty dishes.

The Tanka people have lived on the sea long, facing various survival challenges. The Tanka people also have many beliefs and cultural customs related to the sea, such as the Beihai Wai Sha Mazu Temple Fair etc., which are closely associated with their lives.

The culture of the Tanka people is also reflected in their daily lives, such as clothing, food, housing, and music. Their traditional clothing

includes Tang suits and jade and jadeite accessories; their unique food culture, such as fish rice, reflects their close relationship with the sea; their Tanka shed shows their simple lifestyle. In addition, music, especially saltwater songs, is also an essential part of Tanka culture. The Tanka people also have a rich traditional folk culture. These habits and cultures are critical to their lives and are reflected in activities such as weddings, temple fairs, etc.



Figure 2 The wedding ceremony of fishing boats in Beihai Tanka culture

Source: (Beihai Photographic Commune Zhiguang Wu)

1.2 The Status Quo of Beihai Tanka Culture Short Video

The dissemination characteristics of short videos are fast and innovative in form, which is beneficial for the promotion of traditional culture. However, the time limit of most videos, within 30-120 seconds, makes it difficult to fully display Tanka culture's connotation. As a result, some video content is too simplified or one-sided, leading to an

incomplete or misunderstood understanding of the culture by the audience.

The short video on Beihai Tanka culture is a part of Chinese ethnic culture; its development process is still in its infancy. Beihai Tanka culture is a unique marine culture with diverse cultural integration and a profound belief system. However, there are some problems with the existing Tanka culture short videos:

Five major problems exist in the existing Tanka culture short videos: superficiality, commercialization, homogeneity, professionalism, and planning. Superficiality refers to some videos that cater to traffic too much and ignore the cultural connotation. They only show the appearance of Tanka town without conveying the essence of Tanka culture. Commercialization refers to many videos that are more biased toward product promotion rather than cultural communication. This may lead to misunderstanding or loss of interest in Tanka culture by the audience. Homogeneity refers to many videos that have similar content choices and do not fully show the richness of Tanka culture. Video creators need to think more innovatively about content selection. Professionalism refers to most video accounts operated by cultural heritage inheritors, but most lack professional video production and promotion skills. The official account's video production also has problems such as low quality, single content, and administrative commandments. Planning refers to many inheritors or related institutions paying more attention to short-term commercial interests rather than the value and importance of long-term

protection of cultural heritage itself. This leads to chaos in the short video market and an overdraft of cultural heritage image.

To make Tanka culture more widely known and sustainable development, researchers suggest improving the following aspects: digging deep into the connotation of Tanka culture and focusing on promoting its uniqueness in clothing, architecture, food, and folk culture. Online promotion suggests cooperating with villagers in Tanka town to establish a live broadcast platform, showing daily sea fishing and Tanka stories, and using travel bloggers to make theme travel videos. At the same time, post-Tanka culture short videos on social media, such as Weibo, WeChat, Douyin, etc., and cooperate with tourism agencies, blogs, and cultural and art groups. Offline promotion can include Tanka shell carving art exhibitions, tourism exhibition displays, cooperation with TV media, and other methods to fully show Tanka culture's charm.

The Extraction of Cultural Elements from Tanka Culture Short Video

Researchers suggest the following steps to extract characteristic cultural elements and produce a short video.

Research target area: Choose an area of interest, such as Beihai Tanka culture in China, and understand the history, geography, humanistic characteristics, and local traditional customs and celebrations of the area. By researching historical events, figures, geographical environment, etc., the unique cultural connotation and value of the research area can be excavated.

Cultural investigation: Researchers need to conduct in-depth research on the artistic elements of the target area, including traditional architecture, clothing, food, music, dance, folk art, etc. In the early stage, relevant books, literature, audio, and video materials can be found. In the later stage, field investigation can be conducted to seek opinions and suggestions from local experts or residents. Observing and experiencing the research area's lifestyle, customs, etiquette, and festival activities makes it easy to feel its unique ethnic style and characteristics.

Plot planning: For the cultural elements of the research area, exciting story plots can be conceived to show the characteristic cultural features by setting the theme, characters, and scenes of the story and how to integrate the selected cultural elements. Learning from and using the local cultural art forms, techniques, materials, etc., is convenient for creating artistic works with regional characteristics and personal style, showing its unique artistic charm and aesthetic taste.

Scene location selection: According to the needs of cultural elements in the story plot, choosing a suitable place for shooting is recommended. Find representative traditional buildings, natural landscapes, or landmarks with special significance to ensure that they highlight the cultural characteristics of the target area.

Cultural element presentation: Skillfully integrate cultural elements into short videos, which can be displayed using lens switching, close-ups,

music, text, etc. Ensure that cultural elements echo the story plot and let the audience feel the unique charm of local culture.



Figure 3 The characteristic culture of Beihai Tanka found by researchers in their investigation

The Practice and Effectiveness of Tanka Culture Short Video

1. The Production Process of Tanka Culture Short Video

1.1 On-site shooting

Preparation in advance is particularly critical in the actual shooting process of a short video. It mainly includes:

Equipment configuration: Ensure that video, lighting, and audio equipment are complete and set according to the storyboard script and have extra batteries and storage cards.

Camera adjustment: Set the camera position and angle according to the storyboard script to meet the creative requirements.

Personnel scheduling and communication: Ensure that actors and team members are clear about their responsibilities and communicate with directors or assistants.

Environment and safety: Predict and take countermeasures for external interference and potential risks to ensure smooth and safe shooting.

1.2 Video editing

The post-editing stage of the video mainly focuses on material selection and processing.

Material classification and screening: Classify and screen the shooting materials in detail according to content, date, scene, etc., and select high-quality segments.

Technical application: Use different editing techniques according to needs, such as switching, fading in and out, etc., to enhance video effects.

Team collaboration: Editors, sound engineers, and color adjusters should communicate with each other to ensure video consistency and professionalism.

1.3 Sound and special effects editing

Sound and special effects are essential components of video production.

Sound processing: Select and adjust the sound to ensure coordination and emotional depth of background music, sound effects, and dialogue.

Special effects application: Use color correction, animation, etc., to enhance visual impact and ensure adequate information delivery.

Team communication: Sound and special effects engineers must communicate closely with other team members to ensure coordination of various aspects.

1.4 Evaluation and revision

Quality evaluation after video completion is critical.

Technical review: The team jointly checks the technical details of the video.

Content evaluation: Invite target audience and cultural experts for assessment to ensure authenticity and accuracy of artistic communication in video.

Feedback revision: Adjust and improve video content according to collected opinions to ensure respect for Tanka culture and proper presentation.

2 Analysis of Tanka Culture Short Video Results

Table 1 Statistical data of Beihai Tanka culture short videos

No.	Short video name	View count	"Like"
1	A Glimpse of Beihai-Beihai Tanka Town Video	Unable to count	2000+
2	Tanka Wedding in Song (Beihai Radio and Television Station)	Unable to count	158
3	Beihai Tanka People's Earthy New Year Customs (Fish Boss Knows Beihai)	Unable to count	59
4	Tanka Shell Carving Crafts Display	1724	414
5	Beihai Tanka Dwelling Short Video	4035	1120
6	Tanka Dragon Boat Theme Calisthenics Promotional Short Film	2310	541
7	Beihai Tanka Opening Sea Festival Short Video	7808	1514
8	Marine Tanka Cultural and Creative Product Production	3301 (Upper and Lower Episodes)	830

	Micro Course (Upper and Lower Episodes)		
9	Dijiao Tanka Women Militia (Upper and Lower Episodes)	2050 (Upper and Lower Episodes)	643
10	2021 China-ASEAN Tourism Vocational Education High-Quality Development Forum-Tanka Culture Display Collection	67,000	2220

This study examined nine groups of independent short videos and a collection of temporary ASEAN Tanka culture video displays. According to the data, the 2021 China-ASEAN Tourism Vocational Education High-Quality Development Forum-Tanka Culture Display Collection is the most popular short video, with its view count and "like" number far higher than other videos. This shows that the video has strong appeal in content selection and production technology and can effectively deliver the characteristics and charm of Tanka culture and reflect the critical value of Tanka culture in international exchange among ASEAN countries.

Beihai Tanka Opening Sea Festival Short Video also performed well, with its view count and "like" number ranking second. This shows that the video can highlight one of the characteristics of Tanka culture, namely the

opening sea festival, a unique sea folk activity with intense religious color and ethnic emotion. The video can make the audience feel the awe and dependence of the Tanka people on the ocean, as well as their belief and gratitude to their ancestors and gods.

Beihai Tanka Dwelling Short Video also performed well, with its view count and "like" number exceeding 4,000. This shows that the video can demonstrate the Tanka people's unique living and architectural styles and let the audience understand how they adapt to the marine environment, use natural resources, and create a characteristic sea life space.



Figure 4 Short Video Showcase at the 2021 China-ASEAN Forum on High-Quality Development of Vocational Education in Tourism

According to the statistical data, Beihai Tanka culture short videos created by professional teams performed highly regarding view count and "likes." This fact confirms that compared with other production methods, content produced by professional team methods can win more

recognition and favor from people. Still, it also verifies that such content has more appeal and influence under the same or similar production costs.

The analysis results show that short videos and combining large-scale offline activities for diversified promotion have great social value in cultural and tourism integration. Through this method, we can better disseminate and display local culture to stimulate the audience's interest and identification with the unique culture of the target area. At the same time, this also provides strong support for promoting the sustainable development of the tourism industry, positively impacting local economic and social development.

Conclusion

In this study, we drew the following conclusions: The more popular cultural heritage short video production methods have advantages and disadvantages. Story creation, new technology restoration of historical relics presentation, course creation production methods: The advantage of this type of cultural short video is that it is not limited by time and space and can effectively display and disseminate Beihai Tanka culture in a way that modern people can easily accept, including cultural content that has disappeared in the long history. This method has a very high practical application value, but the disadvantage is that the production cost is high and only suitable for promotion teams with sufficient funds.

The use of film and television shooting techniques to record creation: The advantage of this method is to present the existing folk activities and festival ceremonies in a participatory and cooperative way. This method has a low production cost and a high cost-performance ratio. However, the disadvantage is that it is limited by the ceremony's fixed time, date, and location. For example, the opening sea festival video can only be produced during a specified time of the year. This creative plan is suitable for small teams or individuals with insufficient funds.

From the perspective of the dissemination benefits of cultural heritage short videos, both fast video production methods can effectively promote cultural content and assist local cultural tourism. Temporary video dissemination platforms provide new opportunities for cultural heritage protection. Short videos also narrow the distance between cultural heritage and young groups, making more young people pay attention to and accept different types of cultural heritage. Cultural heritage relies on its unique charm to better attract the public to learn and understand cultural heritage through short video dissemination and let more people join in protecting it. Many cultural heritage videos can also be built into a mobile video database of culture, making it more convenient for people to understand and promote public inheritance and protection of cultural heritage.

Discussion

Researchers found in this study that the material extraction methods for Tanka culture short videos can be more diverse. For example, they can explore local community participation, expert opinions solicitation, and relevant information collection to obtain rich and varied materials. Researchers also found the potential value of Tanka cultural heritage short videos in cultural tourism integration, such as using them as promotional tools, tourism guides, and carriers of artistic education. In addition, researchers found new ways of innovative thinking for Tanka cultural heritage short videos, namely through the integration of diversified content, technological innovation, and marketing promotion strategies to make Tanka culture short video dissemination more efficient.

Suggestions

To better protect and disseminate Tanka culture, researchers propose the following suggestions:

When producing Tanka cultural heritage short videos, ensure the accuracy and richness of materials, cooperate with local communities and experts, dig deep into the connotation and characteristics of Tanka culture, and combine current events or hot topics to increase topicality and attention.

In terms of production technology, improve picture quality and expressiveness by using professional photography, editing, dubbing, music, and other means, and let the audience feel the beauty and dynamism of Tanka culture. For example, you can use drones, underwater cameras,

slow motion, and other technologies to show the Tanka people's sea life scenes and activities and give the audience an immersive feeling. You can also try using new technologies such as virtual or augmented reality to make content more vivid and exciting and attract audience attention.

In terms of promotion strategy, enhance the tourism experience by integrating Tanka culture short videos into tourism routes and activities, promote Tanka culture short videos through various channels, and cooperate with tourism-related institutions to increase exposure. Enhance tourists' awareness and interest.

In terms of policy support, improve local cultural identity and cultural inheritance awareness by calling on government agencies to pay attention to the protection and inheritance of Tanka culture and actively take measures to encourage and support the production and promotion of Tanka culture short videos. This is conducive to the implementation of cultural protection policies.

References

- Chen Luxi. (2020). Research on the development of Beihai Tanka folk culture tourism. **Old Brand Marketing**, (04),1-2.
- Chen, Yan-Yan. (2014). Cultural heritage conservation in Beihai in the era of digital media. **Value Engineering**, (14),179-180. d
- Chen, X., & Huang, H. (2019). Research on the Development and Utilization of Danjia Culture in Beihai City. **Journal of Guangxi Normal**

University (Philosophy and Social Sciences Edition), 45(5), 87-93.

Huang, Jun,Liang, Li & Geng, Yue. (2018). The contemporary social survival space of the culture of Tanka families in Beibu Gulf. **Journal of Guangxi Institute of Socialism** (06), 93-98.

Luo, J., & Yan, J. (2016). **A Study on the Inheritance and Development of Danjia Culture in Beihai City. Proceedings of the 5th International Conference on Education, Language, Art and Inter-cultural Communication (ELAIC 2016).** Atlantis Press.

Lin, Q. (2017). The Exploration and Practice of Intangible Cultural Heritage Protection and Tourism Development - Taking the Danjia Culture in Beihai as an Example. **Journal of Guangxi Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition), 43(3), 73-79.**

Li, S. (2019). **Analysis of the Cultural Heritage Protection and Development of Danjia Ethnic Group in Beihai City.** Cultural Heritage, 1, 115-118.

Li, X., & Yang, W. (2020). Research on the Protection and Inheritance of Danjia Culture in Beihai City Based on the Perspective of Cultural Tourism. **Economic and Trade Practice, (2), 194-195.**

Mo, Lianfeng, Li, Guilou & Zhou, Lihong. (2017). A study on the interaction between the traditional folk culture of Beihai Tanka and tourism. **Communication and Copyright, (10),155-158.**

Pan Chunyan. (2021). Research on the heritage innovation of Beihai Qiaoyue Tanka festival culture from the perspective of cultural tourism integration. **Ancient Culture and Innovation**, (46),66-70.

The Effects of Transformational and Transactional Leadership Styles and Communication Skills on Employee Job Satisfaction in the Banking Industry, Chengdu, China

Bai Shaofen¹

Abstract

This study aimed to explore the impact of (independent variables) transactional leadership style, transformational leadership style, and communication skill on (dependent variable) employee job satisfaction in the Banking industry in Chengdu, China. This research was quantitative. This research survey was observed on the non-managerial level of employees from the Banking industry in Chengdu, China. The 384 respondents participated in this study. Data were collected by using a questionnaire. The data collected were analyzed using descriptive and inferential statistics. This study found that managers' transactional and transformational leadership styles and communication skills positively influence employee job satisfaction.

¹ Pathumthani University : Email 122329684@qq.com

This study also found that most respondents were males (53.60%) and aged between 21-30 (44.01%). The study also explored employee behavior and found that employees wanted to become experts in their fields (33.85%) and were motivated by learning new things (41.15%). Good communication (29.95%), career opportunities (38.80%), and job facilities (29.43%) were identified as the most effective ways to improve teamwork, benefit employees, and support better work performance.

In conclusion, the study suggests that transactional and transformational leadership styles and communication skills are essential in improving employee job satisfaction in the banking industry in Chengdu, China.

Keywords: Transactional, transformational leadership styles, communication skills, employee job satisfaction, banking industry.

Introduction

The development of a country's financial sector significantly impacts its industrial structure, but the specific channels through which this relationship appears remain under-researched, especially in developing countries. The Chinese banking system has a complex history of nationalization, consolidation, and modification to adapt to changing policies and conditions. The banking system was centralized under the Ministry of Finance in the early years but was later expanded and diversified to meet the needs of the reform program in the 1980s. By 1987, the banking system included several institutions, including the People's

Bank of China, the Agricultural Bank of China, and the China Industrial and Commercial Bank.

The People's Bank of China served as the country's central bank, responsible for issuing currency, controlling the money supply, and acting as the primary source of credit for economic units. The Bank of China handled all foreign exchange dealings, including allocating foreign exchange reserves, setting exchange rates, and carrying out financial transactions with foreign firms and individuals. The Agricultural Bank provided financial support to agricultural units and directed the operations of rural credit cooperatives, while the People's Construction Bank managed state appropriations and loans for capital construction. The 1980s saw significant expansion and diversification of the banking system to meet the needs of the reform program, and banking activity grew sharply during this period. The banking system included the People's Bank of China, Agricultural Bank of China, Bank of China, China Investment Bank, China Industrial and Commercial Bank, People's Construction Bank, Communications Bank, People's Insurance Company of China, rural credit cooperatives, and urban credit cooperatives.

The government has historically tightly controlled China's banking system, with all financial transactions conducted through banks. The government encouraged personal savings accounts and rural credit cooperatives, while savings banks were in urban areas. In 1995, the Chinese government introduced the Commercial Bank Law to commercialize the operations of the four state-owned banks, including

the Industrial and Commercial Bank of China (ICBC), the largest bank in China. ICBC used to be a significant supplier of funds to China's urban areas and manufacturing sector and has distinguished itself in foreign exchange and RMB clearing businesses.

In 2012, China was considering introducing a deposit insurance system as part of its projected reform of the general banking system. The introduction of deposit insurance aimed to wean banks from their close relationship with state-owned enterprises, which they strongly preferred to lend to, leaving the private sector starved for credit. Large banks, such as China's Big Four, which would not be permitted to fail in any event, would pay hefty premiums based on the volume of deposits. This would subsidize smaller banks.

In 2020, China's banking sector saw a steady expansion in total assets, with improved asset quality. The total assets of China's banking institutions climbed 10.1 percent year-on-year to RMB319.7 trillion. Their nonperforming loans ratio stood at 1.84 percent. The banking sector provided substantial financial support to the national policy goals of stabilizing the economy and guaranteeing six priorities: jobs, livelihoods, and food security. RMB loans increased by RMB19.6 trillion throughout the year, with inclusive loans to small and micro companies growing by 30.9 percent year-on-year. To guard against systematic financial risks, the banking institutions strengthened their risk defense ability by disposing of non-performing assets and setting aside a loan loss provision.

China's banking sector made significant strides in 2021 despite challenging circumstances. The total assets of commercial banks increased by 8.6%, and the non-performing loan ratio decreased by 0.11 percentage points from the previous year. The quality of credit assets remained stable, and loans effectively supported the recovery and development of the real economy. Key risks were under control, with the macro leverage ratio dropping by about eight percentage points. However, China's economic growth faces triple pressure from a demand contraction, supply shocks, and weakening expectations. Technological advancements and regulatory policy changes continue to reshape financial development and market competition, exposing the banking sector to new challenges.

To address these challenges, the banking sector must adhere to the development direction of serving the real economy, preventing and controlling financial risks, and deepening financial reform. It should explore new profit drivers in business model transformation and properly manage the relationship between asset size and quality. The sector must also attach great importance to risk prevention and controls to be fully prepared for possible worst-case scenarios. Additionally, incorporating environmental, social, and governance (ESG) requirements into every aspect of operations and management, deepening digital transformation, and investing continually in talent will be critical to achieving robust, sustainable growth.

As the COVID-19 pandemic is expected to be contained by the end of 2022, the banking sector will need to provide substantial financial

support to achieve the dual carbon goals and address climate risks. While China's banking industry benefits from favorable external factors, significant uncertainties remain in the global environment, and the sector will need to remain vigilant and adaptable to seize opportunities and address risks and challenges. The upcoming 20th National Congress of the Communist Party of China will have a far-reaching impact on the country's future economic and social development, and the banking sector will need to be prepared to navigate the changes that may result. The industry must also fulfill its corporate responsibilities and incorporate environmental, social, and governance (“ESG”) requirements into every aspect of operations and management, continue to deepen digital transformation, take advantage of digital technologies to improve the quality and efficiency of development and invest continually in talent to improve leadership and professional skills. (Deloitte, 2022)

Park and Kim (2009) suggested that managers should focus on job satisfaction, organizational commitment, and job characteristics to improve employee attitudes. In the fierce competition situation, saving costs for each organization is indispensable. It is one of the most essential methods that could enhance the organization's success. Therefore, job characteristics, job satisfaction, and organizational commitment are worth to managers to pay attention to and strive to improve. Promoting employees' positive emotions would be an effective method for managers who want to predict and control the employees' negative attitudes in the banking industry of Chengdu, China, in a timely manner.

Employee surveys, which some corporations are already accompanying, are a way to assess employee job satisfaction. However, significantly, managers ought to communicate with employees. Leaders across the organization ought to engage with employees to know their feelings and objectives and how employees' objectives can support the organization's goals, rather than assume that the organization's objectives are often transferred to workers top-down.

The HR survey has highlighted that organizations have to be compelled to make an effort much more to support challenging and fascinating work, promote the development of an excellent operating culture (e.g., through engaging workplace area, events, leadership skills), and self-growth and career opportunities (e.g., through training supported individual desires, employee career planning). For a second time, all of this could be supported by a deep understanding of what individual employees actually need.

The researcher would like to know that all factors that were studied could be applied to employee job satisfaction in the Banking industry in Chengdu, China. That means the researcher would like to comprehend how leadership behaviors can increase employee job satisfaction in the banking industry in Chengdu, China.

Research Objectives

1. To study the relationship between transformational leadership style and employee job satisfaction in the Banking industry in Chengdu, China.

2. To study the relationship between transactional leadership style and employee job satisfaction in the Banking industry in Chengdu, China.

3. To study the relationship between managers' communication skills and employee job satisfaction in the Banking industry in Chengdu, China.

Conceptual Framework

This article's conceptual framework portrays the relationship between the independent variables (Transactional & Transformational leadership and Communication skills) and the dependent variable (employee job satisfaction).

Previous studies mentioned that employee job satisfaction considerably depends on leadership styles. Prior research has concluded that transformational leaders can increase employee motivation and satisfaction.

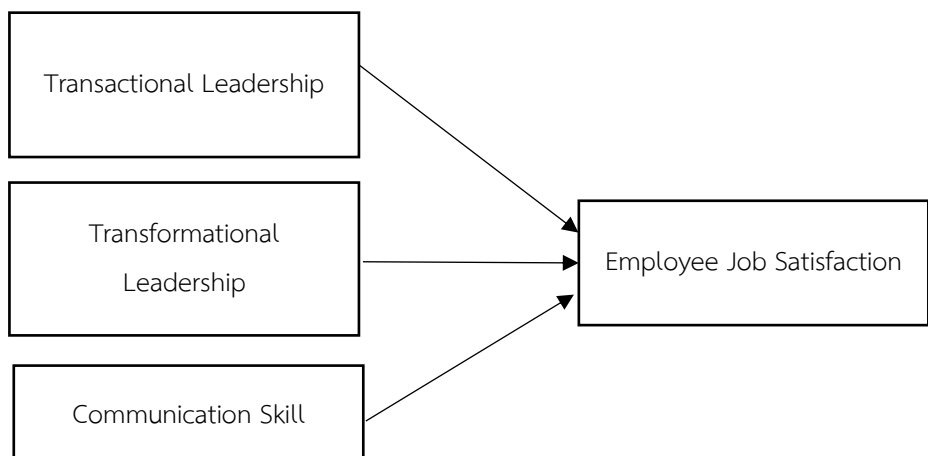


Figure1: The independent variables effect on employee job satisfaction

Research Methods

The target population in this study was focused on employees of state-owned commercial banks with headquarters in Chengdu, China, which were quickly developing and provided many jobs in the banking industry of Chengdu, China. It included the Industrial and Commercial Bank of China (ICBC), China Construction Bank (CCB), Bank of China (BOC), Agricultural Bank of China (ABC), and Postal Savings Bank of China (PSBC) in Chengdu. Therefore, the target sample was drawn from these employees.

The population could not be identified, for the sample group size in this study was computed by the sample size formula of Cochran (1977). The accepted standard is significant at a confidence level of 95% or a significance of 0.05. Hence, the size of the sample group is calculated as follows: the sample size is 384.16, based on the confidence level of 95%. Therefore, the sample group size set in 384 samples is an extraction from the population.

The researcher will design a questionnaire as the research instrument, including demographic data, employee behavior, independent variables (transactional leadership style, transformational

leadership style, and communication skill), and dependent variables (employee job satisfaction). The questions will be on nominal, ordinal, and interval scales, and the Likert scale will be used.

The study ensured the content validity of the questionnaire by submitting it to an independent study advisor and five experts in the related field. The questions were chosen and adapted based on the assessment results to ensure a consistency index value of more than 0.5 for each question. The reliability analysis aims to measure the amount of random error in the test scores and how much of it can be fixed in the scores. A high score indicates high reliability and accuracy. The reliability coefficients, which range from 0.00 (much error) to 1.00 (no error), are commonly used to specify the amount of error in the scores. According to Olorunniwo et al. (2006), the acceptable alpha value should be about 0.70. The overall Cronbach's alpha coefficient value from this questionnaire is all higher than the value of 0.70; therefore, the quality and accuracy of the questionnaire are high in reliability level, and the desirability level is excellent (Cronbach, 1951; Olorunniwo et al., 2006).

The statistical analysis involves descriptive and inferential statistics. Descriptive statistics will be used to analyze the demographic data and measure the relationship between independent and dependent variables using mean and standard deviation. Inferential statistics will test the research hypothesis using regression analysis to investigate the relationship between independent variables (Transactional and transformational leadership styles and communication skills) and

dependent variables (Employee Job Satisfaction). The acceptable p-value is set to a maximum statistical significance of 5%.

Research Results

Demographic of respondents

In this study, 384 employees participated. Most of the respondents were male employees 53.60 percent (N=202), aged between 21 and 30 years old 44.01 percent (N= 169), with income level less than and equal to 3000RMB by 36.46 percent (N= 140), holding a bachelor's degree by 58.07 percent (n= 223) and employment for a period is 3 to 5 years by 33.33 percent (n=128).

For Employee behavior

Most of the employees would like to be experts in their related fields in the next five years 33.85 percent (N=130), and they got motivated by learning new things in an organization 41.15 percent (N= 158). Furthermore, most employees accepted good communication with each laborer is the most robust way to improve teamwork in an organization 29.95 percent (N=115), and also they appreciated career opportunities as benefits to them 38.80 percent (N=149) and job facilities can support the better task at work by 29.43 percent (N=113).

For Hypothesis

H1: There is a positive relationship between employees' perceived Transactional leadership style and job satisfaction.

The findings revealed that Transactional leadership style (Beta= .246, Sig= .000 ≤ 0.05) is positively related to employee job

satisfaction. According to the result of hypothesis 1, there is a positive relationship between Transactional leadership style and employee job satisfaction.

H2: There is a positive relationship between employees' supposed Transformational leadership style and job satisfaction.

The findings showed that Transformational leadership style (Beta=.230, Sig=.022≤0.05) has a positive relationship with employee job satisfaction. According to hypothesis 2, a positive relationship exists between Transformational leadership style and employee job satisfaction.

H3: Communication Skills of managers positively affect employee job satisfaction.

The findings proposed that communication skills (Beta=.337, Sig=.039≤0.05) positively correlate with employee job satisfaction. According to hypothesis 3, employee job satisfaction positively affects managers' communication competencies.

Research Discussion

H1: There is a positive relationship between employees' perceived Transactional leadership style and job satisfaction.

The findings revealed that Transactional leadership style is positively related to employee job satisfaction. According to the result of hypothesis 1, there is a positive relationship between Transactional leadership style and employee job satisfaction. **Omoankhanlen, J.A., Ajenka M. F., Oloda O. F. (2014).** I suppose that there is a positive

significant relationship between corporate culture, transactional leadership, and employee satisfaction in selected banks in River's state of Nigeria.

H2: There is a positive relationship between employees' supposed Transformational leadership style and job satisfaction.

The findings showed that the Transformational leadership style positively correlates with employee job satisfaction. According to hypothesis 2, a positive relationship exists between Transformational leadership style and employee job satisfaction. This finding is related to Saleem, H. (2015), who found that transformational leadership style positively impacts teacher job satisfaction in public sector universities of Lahore, Pakistan.

H3: Communication Skills of managers positively affect employee job satisfaction.

Those findings proposed that communication skills positively correlate with employee job satisfaction. According to hypothesis 3, employee job satisfaction positively affects managers' communication competencies. Udin U., Handayani S., Yuniawan A., and Rahardja E. (2019) showed that leadership styles and communication skills significantly affect employee satisfaction at three private Islamic universities in Semarang, Indonesia.

Suggestions

Policy suggestions

1. In every organization, middle- or upper-management-level persons should provide effective leadership behavior to guide subordinates toward achieving preferred goals.
2. Every organization needs efficient leaders to control and motivate employees to do a better job at the workplace.
3. Efficient Communication can give supervisors and subordinates good relations and support to achieve clear objectives and tasks.
4. Communication skills are necessary for management-level employees
5. Banking organizations and organizations that want to maintain sustainable development, beat rivals, and increase competition benefits must focus on employee job satisfaction through fair and effective leadership.

Practical suggestions

1. Train managers to develop practical communication skills: The study found that managers' communication skills significantly impact employee job satisfaction. Therefore, organizations in the banking industry in Chengdu, China, need to invest in training their managers to improve their communication skills. This could include training on active listening, clear and concise communication, and conflict resolution.
2. Foster a transformational leadership culture: The study found that transformational leadership style positively relates to employee job satisfaction. Therefore, organizations should aim to foster a

transformational leadership culture, which involves inspiring and motivating employees to achieve their full potential. This can be achieved by empowering employees, providing feedback and recognition, and promoting a shared vision.

3. Provide career development opportunities: The study found that employees appreciate career opportunities and job facilities. Therefore, organizations should provide employees with opportunities for career development, such as training, mentoring, and job rotation programs. This can help to improve employee job satisfaction, as employees will feel valued and have a sense of direction in their career paths. Additionally, organizations should ensure adequate job facilities and support employees in performing their tasks effectively.

References

- Cochran, W.G. (1977) **Sampling Techniques. 3rd Edition**, John Wiley & Sons, New York.
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, 16 (3), 297-334.
- Deloitte. (2022). **Forging together for a better future Chinese banking sector 2021 review and 2022 outlook**. Retrieved June 20, 2022 from <https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/financial-services/articles/chinese-banking-sector-2021-review-and-2022-outlook.html>

- Olorunniwo, F., Hsu, M. K., & Udo, G. J. (2006). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory. **Journal of Services Marketing**, 20(1), 59-72.
- Omoankhanlen, J.A., Ajiinka M. F., Oloda O. F. (2014). Transactional Leadership Style and Employee Satisfaction in Nigerian Banking Sector. **European Journal of Business and Management**, 6(26), 14- 23.
- Park, J.S. Kim, T.H. (2009). Do types of organizational culture matter in nurse job satisfaction and turnover intention? **Leadership in Health Services**, 22(1), 20 – 38.
- Saleem, H. (2015) The Impact of Leadership Styles on Job Satisfaction and the Mediating Role of Perceived Organizational Politics. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 172, 563-569.
- Udin U., Handayani S., Yuniawan A. and Rahardja E. (2019) “Leadership Styles and Communication Skills at Indonesian Higher Education: Patterns, Influences, and Applications for Organization,” **Organizations and Markets in Emerging Economies**, 10(1), pp. 111-131.

Factors Influencing Consumers' Choice of Telecommunication Service Providers in Chengdu, China

Li Ling¹

Received: August 4, 2023. Revised: February 16, 2024. Accepted: February 29, 2024

Abstract

This independent study aims to identify factors that influence customers' choice of telecommunication service provider in Chengdu, China, and examine the relationship between these factors and customer choice. The study also aims to demonstrate the relationships between these factors and customer choice in the telecommunications industry. Four significant independent variables, including marketing mix 7Ps, brand equity, consumer behavior, and their effect on the dependent variable of customer choice, are discussed in this paper. The study collected 400 research questionnaires from customers at China Telecom, China Unicom, and China Mobile service centers in Chengdu using judgment and convenience non-probability sampling. Finally, the study concludes with its findings.

China Mobile dominates both male and female segments, and most age groups, except baby boomers, are dominated by China Telecom.

¹ Pathumthani University. Email: 20772383@qq.com

However, China Telecom has a relatively strong market share in the married segment. Customers prefer China Mobile with a master's degree, while customers with bachelor's degrees are evenly split between China Mobile and China Telecom. China Mobile dominates most occupation segments, except for students, whom China Telecom dominates. Middle-income customers prefer China Telecom, while high-income customers prefer China Unicom. China Telecom dominates almost every hobby, while China Unicom dominates online shopping and collection. All three operators' customers play mobile games and go online for several hours using their mobile phones daily.

A series of hypothesis tests were conducted to determine if product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, brand awareness, brand personal, brand identity, brand recognition, brand preference, brand loyalty, brand experience, and consumer behavior significantly influence consumer choice. The results showed that, except for brand awareness, personality, identity, preference, loyalty, experience, and behavior, all other factors did not significantly influence consumer choice in Chengdu, China.

Keywords: Choice decision, Telecommunication service, marketing mix

Introduction

Industry 4.0 is a digitization and integration process that spans the entire organization, from product development to service. The technology enables real-time access to data, process efficiency, quality management, and operations planning, augmented by AR and optimized through an

integrated network. Leading companies in the industry are expanding their offerings with disruptive digital solutions, such as complete, data-driven services and integrated platform solutions, to generate additional digital revenues and optimize customer interaction and access. The technological landscape of Industry 4.0 includes mobile devices, IoT, location detection, human-machine interfaces, 3D printing, smart sensors, big data analytics, multilevel customer interaction, and customer profiling. The industry will continue to grow due to the popularity of digital marketing and technological advancements such as AR, VR, and cloud computing.

According to PwC IAB Internet's 2016 annual report, digital video has been viral, especially digital video on mobile, and the video consumption trend is \$1.6 billion. This is a 178 percent increase from 2015.

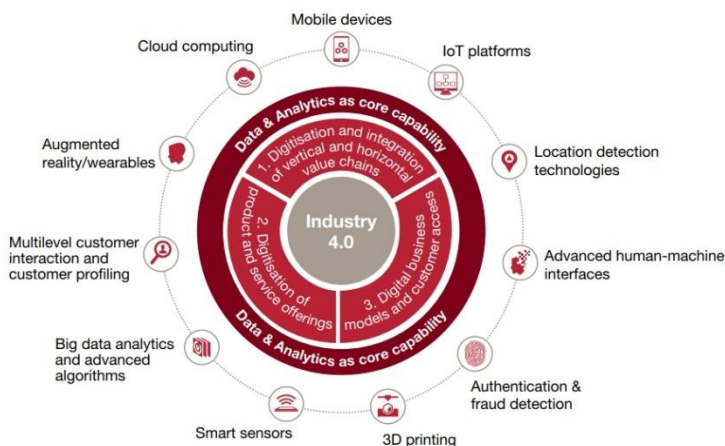


Figure 1 Industry 4.0 framework and contributing digital technologies

Refer to PwC IAB. (2022). Internet Advertising Revenue Report Industry 4.0: Building the Digital Enterprise

Telecommunication plays a significant role in our daily lives, especially mobile phones, which have various functions beyond just making calls. Due to low purchase prices and device availability, mobile phone numbers have increased globally, especially in developed countries. The expansion of the telecommunication industry has led to a worldwide revolution in communication and innovation, creating endless jobs and other opportunities for people. Wireless communication technology, especially cellular networks, has spread rapidly over the past few decades in China, making it the dominant form of telecommunication. The mobile market has undergone significant changes in recent years, with substantial increases in mobile data usage and a shift from 4G to 5G networks.

The telecommunications industry in China is dominated by three state-run businesses: China Telecom, China Unicom, and China Mobile. The three companies were formed by restructuring launched in May 2008, directed by the Ministry of Information Industry (MII) , National Development and Reform Commission (NDRC) , and the Minister of Finance. Since then, all three companies have gained nationwide fixed-line and cellular mobile telecom licenses in China. In 2019, all three telecoms were issued 5G national licenses.

Following China's entry into the World Trade Organization in 2001, a new regulatory regime allowed foreign firms to access the market under restrictions. Huawei Technologies became the world's largest telecom equipment vendor in 2012. As of 2021, there are over 989 million internet users and around 1.62 billion mobile phone subscriptions in China, with the telecom sector's monthly revenue of over 100 billion yuan (\$15.52 billion). China is the only country known to work towards a single-stack IPv6 network, with plans to lead globally in IPV6 adoption by 2025 and achieve full nationwide rollout by 2030.

China's 5G Infrastructure market was pegged at US\$ 10561.3 million in 2021. The market is expected to increase during the forecast period, mainly due to the presence of leading 5G equipment manufacturers such as ZTE and Huawei. The growing investments by Chinese telecom companies to upgrade their networks and deploy 5G RAN across major cities, including Shanghai, Chengdu, Shenzhen, and Guangzhou, are expected to boost the market positively. These cities have also formulated roadmaps and local strategies to promote developing and deploying 5G technologies. China has also constructed over 180 million 5G terminal connections and around 700,000 5G base stations. China Telecom, China Unicom, and China Mobile have announced pilot DSS solutions across a few provinces, cooperating with suppliers such as Huawei, ZTE, and Ericsson.

The communication system plays a vital role in our daily lives and is continuously evolving to cater to the growing number of consumers.

Mobile phones have become increasingly popular due to their ability to facilitate communication easily and their multi-functionality, such as watching movies, listening to music, playing games, and internet surfing. The increasing mobile phone usage is particularly prominent among vocational students and working age groups. The availability of mobile phone signals in almost every area of the country has facilitated their widespread use. Consequently, mobile phone service providers face tough competition, which affects consumers' behavior when choosing service providers. The researcher seeks to understand the needs of consumers to aid the development of various mobile phone service companies and their marketing strategies to penetrate different markets. The study aims to identify the factors influencing the choice of telecommunication service providers in Chengdu, China. It will help improve and develop the network, adjust promotions, and align them with the needs of the target groups, particularly the vocational students and working age groups.

This study would determine how these factors relate to customers' choice of mobile service firms. This study explores the influence of marketing mix 7Ps, brand equity, consumer behavior, and consumer choice decisions. The study focuses on factors that affect consumers' choice of telecommunication service providers in Chengdu, China. The dependent variable is consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China, and the three significant independent variables include marketing mix 7Ps, brand equity, and consumer behavior.

Research Objectives

1. To study the relationship between marketing mix 7Ps and consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China
2. To study the relationship between brand equity and consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China
3. To study the relationship between consumer behavior and consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China

Research Methods

This research is a quantitative research study that uses a questionnaire as a tool to collect data. According to Given, Lisa M. (2008). quantitative research systematically investigates observable phenomena via statistical, mathematical, or computational natural and social sciences techniques.

It aims to investigate the relationship between marketing mix 7Ps, brand equity, consumer behavior, and consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China. The study involves surveying 400 customers with experience with China Telecom, China Unicom, and China Mobile in Chengdu, China. All participants are voluntary and agree to use their data for the study.

The population for this study is customers who have experience using China Telecom, China Unicom, and China Mobile telecommunication services in China, and a sample of 400 was selected using a non-probability convenient sampling method. The study was conducted in Chengdu, which has a population of 9,478,521 (World Population Review, 2022). The sample size 400 was determined based on Yamane's (1973) formula, with a confidence level of 95% and a margin of error of ± 5 .

The research instrument for this study is a questionnaire consisting of two parts. Part one gathers general information and demographic data, while part two measures variables using a 5-point Likert scale. The scale ranges from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree).

The questionnaire examines two critical aspects, content validity and reliability, to ensure that the respondents have a shared understanding of the questionnaire. After that, they can answer based on facts, feelings, and experience as statistical reliability of the questionnaire.

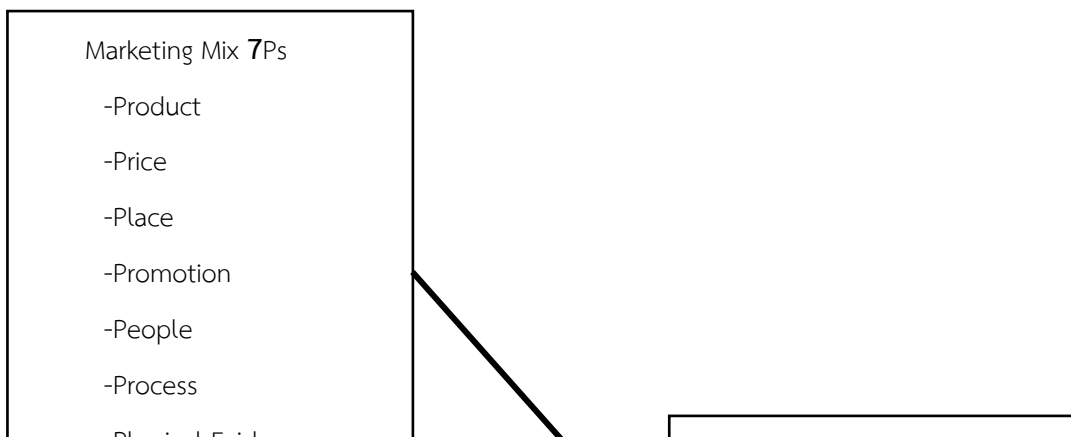
Content Validity: Every question on questionnaires is from a conceptual framework. To ensure content validity, the researcher submitted this questionnaire to an independent study advisor and five qualified experts with experience in related fields. Researchers use the Index of Item Objective Congruence (IOC) method to determine the consistency between questions and objectives. The method calculates the consistency by dividing the total assessment points given by qualified experts by the number of experts. The assessment points are given based

on a scale of +1, 0, or -1 for each question's consistency with the questionnaire objective. Questions with a consistency index value of more than 0.5 are chosen and adapted to ensure consistency.

Reliability Assessment: Reliability analysis determines the amount of random error in test scores that can be attributed to the measurement process. Highly reliable scores are considered to be accurate. Reliability coefficients specify the amount of error in the scores and range between 0.00 (indicating a high amount of error) and 1.00 (indicating no error). According to Olorunniwo et al. (2006), the acceptable alpha value should be about 0.70. The overall Cronbach's alpha coefficient value from this questionnaire is all higher than the value of 0.70; therefore, the quality and accuracy of the questionnaire are high in reliability level, and the desirability level is excellent (Cronbach, 1951; Olorunniwo et al., 2006).

Reliability Summary of Cronbach's Alpha: Product (0.802), Price (0.830), Place (0.798), Promotion (0.829), People (0.848), Process (0.789), Physical Evidence (0.850), Brand Awareness (0.845), Brand Personal (0.726), Brand Identity (0.718), Brand Preference (0.773), Brand Loyalty (0.749), Brand Experience (0.751) and Consumer Behavior (0.743)

Conceptual Framework



Research Results

For demographic testing: For gender, China Mobile is dominant in both males and females. For age, China Mobile became dominant in almost every generation; however, China Telecom became the dominant among the baby boomer generation. Moreover, China Mobile's share in the married segment is relatively weak compared to China Telecom, so China Mobile might want to be more aggressive in acquiring more married customers to gain market share instead of trying to compete more for single customers whom China Mobile already dominates. China Mobile

got more attention from customers from all education levels, and customers with master's degrees prefer to use China Mobile. However, customers with bachelor's degrees mostly use China Mobile and China Telecom. For occupations, China Mobile was dominant in almost every occupation; however, China Telecom was dominant in student occupations. Middle-income customers prefer China Telecom, and high-income customers are more likely to use China Unicom. China Mobile draws customers from equally different income levels. China Telecom is dominant in almost every hobby; however, China Mobile draws customers' attention equally in other hobbies, and China Unicom has become dominant in online shopping and collection. China Mobile's Customers Spend Their Holidays Going To The Beach China Telecom's customers spend their holidays in the mountains. China Unicom's customers spend the same amount of time on holiday activities. Part of traveling abroad Most of the customers of the three telecommunication service providers have never been abroad. All telecommunication service providers are used mainly by customers at any number of hours that customers are online per day, and there is a minimum number of customers to choose to use at all levels of hours that customers are online per day. Customers of all three telecom operators use their mobile phones to play mobile games.

For Hypothesis testing:

(Accept) H1o: The product does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H1a: The product does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H2o: Price does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Accept) H2a: Price does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H3o: Place does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Accept) H3a: Place does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H4o: Promotion does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Accept) H4a: Promotion does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H5o: People do not significantly influence consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Accept) H5a: People do not significantly influence consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H6o: Process does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Accept) H6a: Process does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H7o: Physical evidence does not significantly influence consumers' choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Accept) H7a: Physical evidence does not significantly influence the consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Accept) H8o: Brand Awareness does not significantly influence consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H8a: Brand Awareness does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Accept) H9o: Brand personnel does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H9a: Brand personnel does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H10o: Brand identity does not significantly influence the consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Accept) H10a: Brand identity does not significantly influence the consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Accept) H11o: Brand Recognition does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H11a: Brand Recognition does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H12o: Brand preference does not significantly influence consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Accept) H12a: Brand preference does not significantly influence consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Reject) H13o: Brand loyalty does not significantly influence the consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Accept) H13a: Brand loyalty does not significantly influence the consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China.

(Reject) H14o: Brand Experience does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Accept) H14a: Brand Experience does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Reject) H15o: Consumer behavior does not significantly influence the choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

(Accept) H15a: Consumer behavior does not significantly influence the consumer choice of the telecommunication service provider in Chengdu, China.

Research Discussion

The discussion of the findings is about the objectives of the study. Factors such as product, price, promotion, people, process, brand awareness, brand personality, brand identity, brand preference, brand loyalty, and consumer behavior can significantly influence a customer's choice of a telecommunication service provider in Chengdu, China. It's determined that if China Telecom, China Unicom, and China Mobile operators strive to improve the factors (product, price, promotion, people, process, brand awareness, brand personality, brand identity, brand preference, brand loyalty, and consumer behavior), they will get the benefit of attracting customers attention, and make a purchase decision. The reason should be that customers pay more attention to the cost of telecom services, the conveniences, the entire service process that staff provides customers, and the brand benefit that the telecommunication company creates, directly influencing customers' purchase decisions.

Research Suggestions

Policy suggestions

1. Improve Brand Equity: As the study shows that brand equity is a significant factor in consumers' choice of telecommunication service providers, providers need to invest in building a solid brand identity, recognition, and loyalty. This can be done through various marketing activities, such as advertising, sponsorships, promotions, and partnerships with famous brands.

2. Focus on Targeted Marketing: The study also highlights the importance of demographic segmentation in the telecommunication market. Providers should target specific market segments, such as baby boomers, married customers, or students, with tailored marketing messages and offerings. This approach can help providers to differentiate themselves from competitors and gain a competitive advantage.

Practical suggestions

1. Target the married segment: The study found that China Mobile has a weaker market share than China Telecom. Therefore, China Mobile could aggressively acquire married customers to gain market share.

2. Focus on brand equity: The study found that brand equity significantly influences consumer choice of telecommunication service providers in Chengdu, China. Therefore, telecommunication service providers should focus on building brand equity to attract more customers.

References

- Cronbach, L.J. (1951). **Coefficient alpha and the internal structure of tests.** *Psychometrika*, 16 (3), 297-334.
- Given, Lisa M. (2008). **The sage encyclopedia of qualitative research methods.** Thousand Oaks, CA Sage.
- Olorunniwo, F., Hsu, M. K., & Udo, G. J. (2006). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory. **Journal of Services Marketing**, 20(1), 59-72.
- PwC IAB. (2022). **Internet Advertising Revenue Report Industry 4.0: Building the Digital Enterprise.** Retrieved June 20, 2022, from <https://www.pwc.com/gx/en/industries/industries4.0/landing-page/industry-4.0-building-your-digital-enterprise-april-2016.pdf>
- Taro Yamane. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.3rdEd.** New York.Harper and Row Publications.
- World population review. (n.d.). Retrieved June 20, 2022 from <https://worldpopulationreview.com/>

Consumer Behavior and Marketing Factors of Famous Department Store in Chengdu, China

Xitao Wei¹

Received: August 2, 2023. Revised: December 15, 2023. Accepted:
February 29, 2024

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the consumer behavior of the MINISO department store, 2) study the marketing factors of the MINISO department store, and 3) compare the marketing factors of the MINISO department store classifier by the demographics profile of the sample. This research was a quantitative method via accidental sampling of 385 respondents. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for analysis were frequency, percentage, means, standard deviation, ranking, and hypothesis testing by ONE Way ANOVA.

The research results were as follows: 1) consumer behavior of MINISO department store customers was frequency of purchases three months ago between 2 times – 3 times 191 respondents (46.6 %), average purchase three months ago less than 188 respondents (48.8 %), and type

¹ Pathumthani University. Email: 1481226026@qq.com

of products purchase were household and consumer goods 107 respondents (27.8%), 2) marketing factors of MINISO department store at a high significant level were process, product, price, promotion, physical evidence, distribution, and people respectively, three and there were not significant deferent overall of marketing factors of MINISO department store classifier by age, marital status, occupation, average monthly income.

Keywords: Consumer behavior, marketing factors, and department store

BACKGROUND AND IMPORTANCE OF THE PROBLEM

The famous Chinese lifestyle brand MINISO has opened its first national flagship store in the Sichuanese capital, Chengdu. The brand is well-known in China and beyond for its Japanese-infused branding and eclectic products, including stationary, crockery, electronics, skincare, and more – often featuring adorable cartoon-style characters.

MINISO is a global brand specializing in cosmetics, personal care, toys, stationary, and more. The brand's stores in various countries make it the most appealing among the customers. Thus, MINISO's product design, in-store experience, social media campaigns, brand strategy, and overall marketing make it a renowned brand worldwide. (Lourina S.A. Pojoh, 2022)

The new flagship store in the Chunxi Road shopping district in central Chengdu saw its grand opening on February 5th. The 3-story outlet kept customers busy with a whole host of new in-store experiences,

including interactive checkpoints based on the Chengdu map, a ‘fragrance museum’ in line with the domestic boom in perfume consumption, and ‘IP zones’ whose products feature characters from a wide range of franchises and appeal to younger shoppers. A four-meter-tall art installation depicting MINISO’s mascot, Dundun, the chicken, was also there to greet fans as they arrived at the entryway. (Lourina S.A. Pojoh, 2022)

MINISO was founded in 2011 by Chinese entrepreneur Ye Guo Fu and Japanese designer Miyake Junya. Initially claiming to be a famous Japanese brand, despite operating in China. In such a short period, this company has detonated as an emerging business empire with 1,800 stores in 40 countries, delivering a heterogeneous collection of affordable, curated goods, challenging the physical pessimists. MINISO is now emerging as one of the top market brands. MINISO tag line is–“Let consumers worldwide buy better quality products at lower prices.” At the time of the establishment of MINISO, the physical economy was in decline due to the rise of e-commerce. The physical economy had applied a monopolistic influence on the market depending on its sales channel advantage. Even though MINISO succeeded by providing the actual value of the products and focusing on quality improvements. MINISO estimates to open 6000 stores worldwide. This study aims to present a reality check on the power of physical retailers in the rise of digital marketing. MINISO is a brick-and-mortar-only business model built around the reality of a

world with e-commerce. Over careful consideration of the customer and a unique artistic product, it achieves what online stores cannot: deliver an experience. (Lourina S.A. Pojoh, 2022)

According to the problem above, various factors are used to run their business to serve the needs and want a change of customers with high efficiency and effectiveness, which many department stores would like to know.

RESEARCH OBJECTIVE

1. To study consumer behavior of MINISO department store
2. To study marketing factors of the MINISO department store.
3. To compare the marketing factors of the MINISO department store classifier by the demographics profile of the sample.

HYPOTHESIS OF THE RESEARCH

Hypothesis: There was a significant deferent in the marketing factors of the MINISO department store classifier by the demographics profile of the sample.

SCOPES OF THE RESEARCH

- 1.Scope of the content:** This research is to study consumer behavior and marketing factors of the MINISO department store

and compare the marketing factors of the MINISO department store classifier by the demographics profile of the sample.

2.Scope of the population: Data will be collected from the customers who purchase from MINISO department stores and stay in the Sichuanese capital, Chengdu area, China. 385 respondents

3.Scope of Location: The research area are in the Sichuanese capital, Chengdu

4. Scope of Research period: start on March – June 2023

BENEFIT OF THE RESEARCH

Some benefit of the study is addressed as follow

1. Will increase the sale volume of the MINISO department store and related business.
2. Enhance marketing factors of the MINISO department store classifier by the demographics profile of the sample.
3. The result of this research will improve the marketing factors of department stores and related businesses.

LITERATURE REVIEW

Theory and Concept Consumer Behavior

Consumer behavior, as defined by the American Marketing Association, encapsulates the dynamic interaction of affect, cognition,

behavior, and environmental events by which humans conduct their lives' exchange aspects (American Marketing Association, n.d.). It involves studying how individuals opt to expend their resources, including time, money, and effort, on various items. This process spans the selection, procurement, utilization, and disposal of goods and services to meet their needs and desires (Solomon, 2014). Consumer behavior is also impacted by various factors, such as social and psychological elements, marketing, and consumer characteristics (Kotler & Keller, 2012).

Marketing aims to meet and gratify the needs and wants of a targeted customer base (Kotler & Armstrong, 2012). Despite the inherent complexity of comprehending consumer behavior, businesses can profit from understanding consumers' motivations and decision-making processes (Hawkins & Mothersbaugh, 2010). For instance, Whirlpool has deployed anthropologists to observe how consumers use their appliances at home, thereby tailoring their products to their users' needs (Whirlpool Corporation, n.d.). Misunderstanding or lack of insights into customers' motivations and preferences can lead to significant mistakes. Kodak's introduction of its Advanta camera serves as a cautionary tale. The product failed to resonate with the predominantly middle-aged baby boomer market, which preferred simplicity over high-tech complexity (Kodak, n.d.).

Consumer behavior research investigates several vital questions:

1. What role do cultural, social, personal, and psychological factors play in consumer buying behavior?
2. How does a consumer make a purchasing decision?

The stimulus-response model provides a foundation for understanding consumer buying behavior, illustrating how marketing and environmental stimuli influence consumers' consciousness and purchasing decisions (Schiffman & Kanuk, 2010). Culture, subculture, social class, and personal and psychological characteristics significantly shape consumer behavior (Solomon, 2014; Schiffman & Kanuk, 2010; Kotler & Keller, 2012).

1. Culture is the most fundamental determinant of a person's wants and behavior (Schiffman & Kanuk, 2010).
2. Subculture: Subcultures, smaller segments within larger cultures, offer more specific identification and socialization for their members and can considerably influence market segments (Radice, 2017).
3. Social class: Social classes reflect not just income but also occupation, education, and other indicators. Individuals within each social class exhibit similar behaviors compared to persons from different social classes (Kotler & Armstrong, 2012).

In addition to cultural factors, social factors such as reference groups, family, and social roles and statuses also significantly influence a consumer's behavior (Hawkins & Mothersbaugh, 2010).

In conclusion, understanding the myriad factors influencing consumer behavior is critical for businesses to devise successful marketing strategies and products that cater to their target customers' needs and wants.

Theory and concept of marketing factors

The marketing mix- the four P's Product, Price, Place, and Promotion is a crucial factor that requires careful consideration by organizations, as producing goods holds no significance if these products are not sold (Kotler & Armstrong, 2019). This mix is essentially the process of designing and incorporating various marketing elements to ensure the attainment of business objectives. Marketing goods requires management to pay special attention because production lacks relevance without selling products. A business's marketing mix represents the strategic amalgamation of different marketing elements: Product, Price, Place, and Promotion fashioned to secure the fulfillment of business goals. The "Product" entails decisions about product design, packaging, labeling, and the variety of the product. Price-related decisions are paramount, as sales largely hinge on the product's pricing.

The concept of the "Price" within the marketing mix refers to whether a uniform price will be charged or if different prices will be implemented for the same product in various markets. The third pivotal element, "Place," pertains to decisions concerning where products will be

made available for sale. "Promotion" consists of decisions on increasing sales, with various methods and tools employed. The relative significance of these methods is decided when focusing on promotion within the marketing mix.

In essence, the marketing mix involves decisions about the products to be made available, the pricing for these products, and the incentives to be offered to consumers in the markets where the products would be sold. Such decisions are made in light of the impact of external marketing forces, such as consumer behavior, competitors' strategies, and governmental policies.

Kotler (2019) defined the marketing mix as "the combination of controllable marketing variables that the firm employs to achieve the desired level of sales in the target market." Therefore, the marketing mix represents the optimal blend of the four P's—Product, Price, Promotion, and Place—to accomplish marketing objectives. These elements are also referred to as marketing mix or controllable variables, as their use can be tailored to meet business needs. E. Jerome McCarthy in his 1960 book *Basic Marketing*, E. Jerome McCarthy popularized this four-factor classification, often referred to as the four P's—Product, Price, Place, and Promotion (Kotler & Armstrong, 2019).

Thus, the marketing mix signifies the fitting combination of the four P's—Product, Price, Promotion, and Place—to accomplish marketing goals. These elements are also known as marketing mix or controllable

variables, given their adaptability to business needs. The decisions about the same product's price in different markets, the choice of the market where products will be sold ("Place"), and the strategies for increasing sales ("Promotion") are all integral to this mix. The marketing mix comprises decisions concerning the products to be sold, their pricing, and the incentives offered to consumers in the markets where these products are available. These decisions consider external marketing influences, such as consumer behavior, competitors' strategies, and government policies.

The MINISO department store

The esteemed Chinese lifestyle brand MINISO inaugurated its premier national flagship store in Chengdu, Sichuan's capital city (Retail News Asia, 2023). The brand's unique blend of Chinese and Japanese aesthetics, coupled with diverse products such as stationary, crockery, electronics, skincare, etc., has propelled it to global recognition (Nunlist, 2017).

MINISO, established in 2013 by Chinese entrepreneur Ye Guofu and Japanese designer Miyake Junya, started its operation in China but was marketed as a famous Japanese brand (Nunlist, 2017). The company has impressively grown into a formidable business powerhouse with over 1,800 stores in 40 countries, offering an eclectic range of affordable and curated goods (Nunlist, 2017). When the traditional physical economy was

declining due to the rise of e-commerce, MINISO introduced a brick-and-mortar-only business model (Nunlist, 2017). Despite these adversities, MINISO successfully offered products of actual value, emphasizing quality enhancements strongly (Nunlist, 2017). MINISO's marketing strategy involves crucial activities such as identifying target customer groups, suitable product placement, reasonable pricing, effective distribution, and promotional efforts (Retail News Asia, 2023).

Key strategies include:

1. Market Entry Strategy: MINISO has ventured into international markets, launching over 5000 stores in several countries, including the US, Canada, South Korea, India, UAE, and Hong Kong (Retail News Asia, 2023). The brand's focus on appealing product design, reasonable prices, and high quality aligns with customer specifications (Retail News Asia, 2023).
2. Communication Strategy: Recognized as a fast fashion brand, MINISO leverages social media platforms for product communication or launches, using hashtags like #LoveLifeLoveMiniso, #MinisoLife, and #MinisoIndia to advertise its products (Retail News Asia, 2023).
3. Intensive Management Strategy: MINISO's unique interior decoration style and careful product presentation provide an irresistible shopping experience (Retail News Asia, 2023).

4. Product Design Strategy: With a team of primarily Japanese designers, MINISO is renowned for its high-quality, appealing products offered at affordable prices (Retail News Asia, 2023).
5. Brand Strategy: To appeal to a broad range of middle-class customers, MINISO partners with globally recognized brands like Hello Kitty and Marvel Studio (Retail News Asia, 2023).

Ye Guofu initiated MINISO with the aspiration of creating a novel business model that would break away from traditional retailing's price inflation, aligning price with the actual value of products, and prioritizing quality improvement (Nunlist, 2017). Though the rate of MINISO's expansion exceeded initial expectations, its success reiterates the market's substantial demand for retail brands like MINISO (Nunlist, 2017).

Several elements, including Japan's popular 100-yen shops, the harmonious existence of the physical economy and e-commerce in Europe and America's markets, and the rising trend of minimalism, inspired the creation of the MINISO store (Nunlist, 2017). In collaboration with the chief designer, Miyake Junya, these elements were incorporated into the store's furnishings, product design, and business model (Nunlist, 2017).

RESEARCH METHODOLOGY

This research aimed to 1) study the consumer behavior of the MINISO department store, 2) study the marketing factors of the MINISO department store, and 3) compare the marketing factors of the MINISO

department store classifier by the demographics profile of the sample. This research was a quantitative method via accidental sampling of 385 respondents. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for analysis were frequency, percentage, means, standard deviation, ranking, and hypothesis testing by ONE Way ANOVA.

RESEARCH RESULT

The research results were as follows:

1) consumer behavior of MINISO department store customers was the frequency of purchases 3 months ago between 2 times – 3 times 191 respondents (46.6 %), average purchase 3 months ago less than 188 respondents (48.8 %), and type of products purchased were household and consumer goods 107 respondents (27.8%).

2) Marketing factors of the MINISO department store at a high significant level were process, product, price, promotion, physical evidence, distribution, and people, respectively,

3) There were no significant differences in the overall marketing factors of the MINISO department store classifier by age, marital status, occupation, and average monthly income.

DISCUSSION

The research found that the marketing factors of the MINISO department store at a highly significant level were process, product, price,

promotion, physical evidence, distribution, and people, respectively.

The researcher would like to discuss the following:

1. Product was the marketing factor of the MINISO department store at an essential level, so the executive of the department store should improve the quality of the product; the product can stratify customer's wants and needs, product design, especially clothing is fast fashion, product is nature and reverts to the essence of life, and product also leaving beautiful nature to later generations of consumers. It is consistent with the research of Lourina S.A. Pojoh (2022), THE INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSITY AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT MINISO MANADO. The diversity of business keeps developing over time, which creates more fierce competition in business. Companies use marketing strategies to survive the match and to stay relevant in the industry. Companies can make the corporation more competitive by improving their product.

2. Price was the marketing factor of the MINISO department store at a high significant level, so the executive of the department store should improve the pricing to a reasonable price, high price for a new high-end product, multiple pricing appropriate to the size of products, price cheaper than another brand, and psychological pricing (99, 199. 999, ETC.) respectively. It is consistent with the research of Nurul Silfiyah Isnaini (2021), MINISO Royal Plaza Surabaya Consumer Impulse Buying Behavior.

This research analyzes the effect of price discounts, visual merchandising, and shopping lifestyle on impulse buying of Miniso Royal Plaza Surabaya consumers found that the price discount affected sales volume

3. Distribution was the marketing factor of MINISO department store at a high significant level, so the executive of the department store should improve Omi channel (online, in a physical store, or by phone); MINISO sells its products by media developed, Online (Facebook, Instagram, line, YouTube, Google, or another online channel), Channel of MINISO be the most significant benefit for customers, and direct and indirect sales direct sales of MINISO respectively. It consistent with the research of Nurul Silfiah Isnaini (2021), Miniso Royal Plaza Surabaya Consumer Impulse Buying Behavior; this research is to analyze the effect of price discount, visual merchandising, and shopping lifestyle on impulse buying of Miniso Royal Plaza Surabaya consumers found that the distribution effected to market share

4. Promotion was the marketing factor of the MINISO department store at a high necessary level, so the executive of the department store should improve the review on social media, advertise products and services effectively, buy 1 get 1 free or 50% discount, sale promotions for each occasion, a Marketing campaign that resonates with MINISO customer target. It consistent with the research of Nurul Silfiah Isnaini (2021), Miniso Royal Plaza Surabaya Consumer Impulse Buying Behavior; this research is to analyze the effect of price discount, visual merchandising, and shopping

lifestyle on impulse buying of Miniso Royal Plaza Surabaya consumers found that the promotion was also affected to market share

5 People was the marketing factor of the MINISO department store classifier at a high necessary level, so the department store executive should improve MINISO staff performance, service mind of MINISO staff, staff courtesy, willingness to help staff, and serviceability of staff, respectively. It is consistent with the research of NUCHRAWIN PHUMIRAT (2021), MARKETING MIX IN CONSUMER PERSPECTIVE AND SATISFACTION TOWARDS QUALITY OF SERVICE RELATED TO MINISO BRAND EQUITY OF CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA, The purpose of this study is to investigate the marketing mix in consumer perspective and satisfaction with the quality of service related to brand equity of MINISO consumers were effected from people of MINISO

6. Process was the marketing factor of the MINISO department store at a high significant level, so the executive of the department store should improve the cashier, return, speed of the service, and product search processes, respectively. This is consistent with the research of Kachen Jeakkhachorn (2017), who has Studied Marketing Mix Factors Affecting the Energy Drinks Purchase Decision of Laborers in the Mueang Chiang Mai District. This study was to study marketing mix factors affecting laborers' energy drink purchase decisions in the Mueang Chiang Mai district.

7. Physical evidence was the marketing factors of MINISO department store at a high necessary level, so the executive of the department store should improve the allocation of each MINISO is more attractive, sufficient space available to accommodate large crowds at the busy hours, decoration of MINISO, creative exterior signage attacks to do shopping in MINISO, the distance between aisles is sufficient respectively. It is consistent with the research of Zhenzhen Tu's (2021) Study on the Marketing combination Strategy of famous and excellent products. In the last two years, favorite products have become popular in China's major cities. In areas where traffic is high and bustling, such as pedestrian streets or large shopping malls, Japanese leisure brands such as "famous products" will come to your eye. From the perspective of strategic management and based on the Blue Sea strategy, this paper analyzes and studies the marketing strategy of famous and excellent brands affected by Physical evidence.

SUGGESTION

According to research results, it can be suggested that:

1. Product executive of the department store should improve the quality of the product; the product can stratify customers' wants and needs; product design, especially clothing, is fast fashion; the product is

natural and reverts to the essence of life and the product also leaving beautiful nature to later generations of consumers.

2. Price executives of department stores should improve the pricing to a reasonable price, high price for a new high-end product, multiple pricing appropriate to the size of products, price cheaper than other brands, and psychological pricing (99, 199. 999, ETC.), respectively.

3. The distribution executive of the department store should to improve the Omi channel (online, in a physical store, or by phone); MINISO sells its products by media have developed Online (Facebook, Instagram, line, YouTube, Google, or other on line charnel), Channel of MINISO be the most significant benefit for customers, and direct and indirect sales direct sales of MINISO respectively.

4. The promotion executive of the department store should improve the review on social media, advertise products and services effectively, buy 1 get 1 free or 50% discount, sell promotions for each occasion, and marketing campaign that resonates with the MINISO customer target.

5 People executive of department store should to train MINISO staff performance, service mind of MINISO staff, staff courtesy, willingness to help staff, and serviceability of staff, respectively

6. The process executive of the department store should improve the cashier process, return process, speed of the service process, and product search process, respectively

7. Physical evidence executive of the department store should improve the allocation of each MINISO to be more attractive, make sufficient space available to accommodate large crowds at busy hours, decorate the MINISO, creative exterior signage attacks to do shopping in MINISO, the distance between aisles is sufficient respectively.

REFERENCES

- Abraham Maslow (1994), **Motivation and Personality** New York: Harper & Row.
- Arnold Mitchell (2016), **The Nine American Lifestyles** (New York: Warner Books), pp. viii–x, 25–31
- Asiraphot, V, & Waleetorncheepsawat, W (2019). **A Study of Attitude Towards Energy drinks in Thailand**. Unpublished master's thesis, Mälardalen University, Västerås
- Barry L. Bayus,(2015) “Word of Mouth: The Indirect Effects of Marketing Efforts,” **Journal of Advertising Research**, June-July, pp. 31–39.

Chem L. Narayana and Rom J. Markin,(2015) “Consumer Behavior and Product Performance: An Alternative Conceptualization,” **Journal of Marketing, October 1975**, pp. 1–6

Carole Radice, (2017)“Hispanic Consumers: Understanding a Changing Market,” **Progressive Grocer, February**, pp. 109–14;

Stuart Elliott,(2012) “**Sampling Tastes of a Changing Russia,**” New York Times, April

Frederick Herzberg (1996), **Work and the Nature of Man** (Cleveland, OH: William Collins.

Harold H. Kassarian and Mary Jane Sheffet, (2011)“**Personality and Consumer Behavior: An Update,**” in **Perspectives in Consumer Behavior**, ed.

Isa Kokoi (2011) Female Buying Behavior Related to Facial Skin Care Products, **DP in International Business**, HAAGA HELIA University of Applied Science

International (2018). Old Wine in New Bottles,” **The Economist, February 21, 2008**, p. 45.

James H. Donnelly Jr. and John M. Ivancevich, (1990) “Post-Purchase Reinforcement and Back-Out Behavior,” **Journal of Marketing Research**, August, pp. 399–400.

John U. Farley, John A. Howard, and L. Winston Ring (2007) , An Investigation of Relationships among Evaluative Beliefs, Affect,

Behavioral Intention, and Behavior, in Consumer Behavior,

Boston: Allyn & Bacon, , pp. 89–114.

Kanyanach Nakararuang (2016) Effectiveness of Marketing Communication Activities Targeted at Consumers of Carabao Dang Energy Drinks, Graduate School. **Dhurakij Pundit University. Bangkok (Thailand).**

Kwanchai Rungfapaisarn, (2019). **Krating Daeng gets a Bt3-billion kick Corporate,**

The Nation Newspaper Jun 12. 2019

Lourina S.A. Pojoh (2022) **THE INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSITY AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT MINISO MANADO** Jurnal EMBA Vol.7 No.4 Juli 2019, Hal. 4543-4551

Kachen Jeakkhachorn (2017) Marketing Mix Factors Affecting Energy Drinks Purchase Decision of Laborers in Mueang Chiang Mai District **Degree Master of Business Administration (Agro-Industry Management)** Chiang Mai University

Kotler, P. & Keller, K. L. (2019). **Marketing Management. Pearson International Edition. 13th edition. Pearson Education Inc.** Upper Saddle River.

Kotler Philip, Gary M. Armstrong (2010). **Business & Economics. Prentice Hall, USA.**

Kotler Philip, Kevin Lane Keller. (2009). **A Framework for Marketing Management**. Fourth Edition.

Pkjney Ratcle (2018) **Energy Drinks: Red Bull**. <https://www.bartleby.com>
 › essay › Energy-Drinks-Red-Bull-essay about Energy Drinks: Red
 Bull. Access on October 2019.

Lawrence Lepisto, (2015) **.A Life Span Perspective of Consumer Behavior,**” in Advances in Consumer Research, Vol. 12, ed

Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, (2010). **Consumer Behavior,**
7th ed. (Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall,

Lewis, D., Bridger, D. 2011.**The Soul of the New Consumer**. Nicholas
 Brealey Publishing. London.

Melanie Wells (2019), **“Got a Milk Mustache? Campaign’s Popularity
 Staying Fresh,”** USA Today Ad Track, July 13,

M. Joseph Sirgy,(2012) “Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical
 Review,” **Journal of Consumer Research**, December

NUCHRAWIN PHUMIRAT (2021) **MARKETING MIX IN CONSUMER
 PERSPECTIVE AND SATISFACTION TOWARDS QUALITY OF
 SERVICE RELATED TO MINISO BRAND EQUITY OF CONSUMERS
 IN BANGKOK METROPOLITAN AREA** Srinakharinwirot University.

Faculty of Business Administration for Society

Nurul Silfiah Isnaini (2021), Miniso Royal Plaza Surabaya Consumer
 Impulse Buying Behavior, **Journal of Applied Management and
 Business** (2021)

- Natchaporn Pichainarong(2014). Energy Drinks Consumption in Male Construction Workers, Chonburi Province. Department of Epidemiology, Faculty of Public Health, **Mahidol University Medical Association Thai** Vol. 87 No.12 2014.
- Noel, H. (2019). Consumer Behavior. AVA Publishing SA. Lausanne.
- Unsuthee Prongnori (2017) The Marketing Factors Influencing The Purchasing Behavior Of Energy Drinks by Laborers in Navanakorn Industrial Area, Patumthani Province Marketing, Pathumthani University.
- O. Hirschman (2017), **Exit, Voice, and Loyalty**, Cambridge, MA: Harvard University Press,
- Rob Yoegel, (2017) “Reaching Youth on the Web,” **Target Marketing**, November 2007, pp. 38–41.
- Ruchanee Jarungjit (2018).The effects of brand image and brand equity on purchase decision of energy. Business Administration) Graduate School. **Dhurakij Pundit University. Bangkok (Thailand).**
- Porter M. E. (2008). **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**, Kindle Edition Jun 30, 2008
- Sawitree Wesakawee (2017) , Marketing Mix Factors Affecting the Purchasing of Sport Drink of Consumers in Bangkapi District, Bangkok , **Master of Business Administration**, Chandrakasem Rajabhat University

- Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. 2019. **Research Methods for Business Students**. Fifth edition. Pearson Education Limited. Essex.
- Sheth, J., Newman, B. & Gross, B. (1991). Consumption Values and Market Choices, **Theory and Applications**. South-Western Publishing Co. Cincinnati.
- Solomon, M. R. (2017). **Consumer Behavior – Buying, Having, and Being. 7th edition**. Pearson Education Inc. Upper Saddle River.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M. K. (2016). Consumer Behaviour, **A European Perspective. 3rd edition**. Pearson Education Limited. Essex.
- Taboola Sponsored (2019) WealthMastery.asia Ecommerce Mastery. **Asian Couple Is Disrupting A \$2.3 Trillion Industry.40**
- William P. Putsis, Jr. and Narasimhan Srinivasan,(2014) “Buying or Just Browsing? The Duration of Purchase Deliberation,” **Journal of Marketing Research**, August pp. 393–402.
- Wilawan Boonrat (2018) **Factors Affecting Purchasing Decision on Energy Drink of Consumers in PathumThani Province**. Central General Management Pathumthani University.
- Zhenzhen Tu (2021) **Study on Marketing combination Strategy of famous and excellent products**. University of New Orleans, New Orleans, Louisiana, USA.

Relationship Between Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration in Chong Qing, China

Ming Liu¹

Received: August 3, 2023. Revised: December 15, 2023. Accepted:
February 29, 2024

Abstract

This research aims to study the relationship between Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China University. The researcher studied teachers about management skills. Classified by Gender, age, Education, Income, and Education.

The research aims are the following: 1) to study the relationship between Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China university. 2) to know the relationship between Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China University.

The researcher surveyed teachers and academic administrators to measure their perceptions of teacher quality and academic administration. The results showed that teacher quality was positively associated with academic administration

¹ Pathum Thani University. Email: 20772383@qq.com

and that high-quality teachers were more likely to receive support and recognition from academic administrators:

Keywords: the relationship, administrative skills, academic administration

Introduction

Research Background

Looking back at the 20th century reveals that education provided momentum for economic growth and social development in both developing and developed countries. Global economic competition is a competition for science and technology, education, and human resources. In the 21st century, the world faces the challenge of the high-technology revolution. More and more experts think that knowledge-based economies will dominate this century. The most important economic growth sources will be the production, processing, dissemination, and application of knowledge and information. In this era of the knowledge-based economy, knowledge is fundamental, talent crucial, and education essential. Education will play a prominent and fundamental role in knowledge innovation and human resource development. Only those who control education can survive the fierce worldwide competition. (Zhang et al. 2021)

From the establishment of vocational universities in early 1980 to the present, China's higher vocational education has been developed for nearly 40 years. In 1996, the National People's Congress passed and promulgated the Vocational Education Law of the People's Republic of China, which legally determined the status of higher vocational education in the Chinese education system. In 1999, when the National Education Work Conference was held, the central government put forward

the work requirement of "striving to develop higher vocational education," China's higher vocational education has entered a new historical stage of vigorous development. Among them, the rapid growth of higher vocational education has played a fundamental and decisive role. 1 According to the "2018 National Statistical Bulletin on the Development of Education" issued by the Ministry of Education on July 24, 2019, a total of 3,833 million people are studying in various types of higher education, and the gross enrollment rate of higher education has reached 48.1%. There were 2,663 colleges and universities in China (including 265 independent colleges), an increase of 32 from the previous year and an increase of 1.22%. Among them were 1,245 undergraduate colleges, an increase of 2 from a year earlier, and 1,418 higher vocational (junior college) institutions, an increase of 30 over the previous year. There are 277 adult colleges and universities nationwide, a decrease of 5 of the prior year; 815 graduate training institutions, of which 580 are regular colleges and universities and 235 are scientific research institutions. The average size of colleges and universities is 10,605 people, of which 14,896 are undergraduate colleges, and 6,837 are vocational colleges. Official data show that higher vocational education has taken up half of China's education, and China's higher vocational education is ushered in an unprecedented development period. (Gao & Yu , 2020)

Colleges and universities have expanded their enrollment significantly since 1998, making preparations unable to keep up with the needs and severe shortage of school investment. Most colleges and universities enrolling higher vocational students need help to vary degrees regarding teachers, experimental training conditions, internship bases, teaching training programs, curriculum settings, construction of teaching materials, etc. Higher vocational education trains applied talents and have high requirements for teaching equipment's simulation and advanced nature. There need to be more funding sources, and significantly insufficient government investment restricts the realization of higher vocational education goals. (Phongphinyo, P. 2020)

To implement the "Decision of the State Council on Accelerating the Development of Modern Vocational Education" and the relevant requirements of the National People's Congress Standing Committee Law on Vocational Education Law Enforcement Inspection to promote the innovation and development of higher vocational education, the Ministry of Education has formulated the "Action Plan for Innovative Development of Higher Vocational Education (2015-2018)". The "Plan" clearly states that Deng Xiaoping's Theory should guide China's higher vocational education, the critical thinking of the "Three Represents," and the Scientific Outlook on Development. It should effectively implement the spirit of General Secretary Xi Jinping's important instructions and serve the "four comprehensive" strategic layout and innovation-driven development strategy. It is based on strengthening moral education and cultivating people, takes service development as its purpose, takes promoting employment as the orientation, insists on adapting to needs, faces everyone, adheres to the integration of production and education, school-enterprise cooperation, adheres to the combination of work and study, insists the unity of knowing and doing, promotes the simultaneous development of higher vocational education and economic society, strengthens the accumulation of technical skills, improves the quality of talent training, and provides a solid foundation for achieving the "two centenary goals" and a definite talent guarantee for the realization of the Chinese dream of the great rejuvenation of the Chinese nation.

At present, some higher vocational colleges still use the discipline-based curriculum system and curriculum format in their professional training programs; in teaching, they still take teaching theoretical knowledge as the core of the curriculum, and the competency-based curriculum model remains at the conceptual level. The shadows of "extension of technical secondary school" and "compression of undergraduate school" are lingering, and the characteristics of higher vocational education are not reflected in the teaching practice process; in the curriculum setting, it emphasizes the rigorous, complete, systematic and authoritative of the

curriculum itself, neglects the needs of learners' future positions, neglects the cultivation of students' application ability and innovation ability; the understanding of the "technical application" and theoretical "necessary and sufficient" principles of higher vocational education is simple and one-sided; the teachers of the courses do not have a practical understanding of the development of the industry in China and foreign countries, and lack practical experience. (Rovinelli, R., & Hambleton, R.)

Double-professionally-titled teachers are the characteristics and focus of constructing higher vocational education teaching staff. Vigorously strengthening the construction of "double-professionals titled" teaching stuff has become the familiar voice of society and education. However, at present, China's higher vocational colleges generally lack "double-professionally titled teachers," and it is difficult to reflect the characteristics of higher vocational colleges. The main reason is that Chinese universities have always adhered to "one-size-fits-all" teacher promotion standards, focusing on academic qualifications and academic standards and ignoring practical abilities, which is not conducive to the training and construction of "double-professionally-titled teachers" in higher vocational colleges. Presently, vocational education's economic and social functions could be more vital. There needs to be a virtuous interaction and mutually beneficial symbiotic operation mechanism between industries and enterprises and between enterprises and vocational education. There is a severe disconnection phenomenon. From the perspective of vocational education, the professional talents cultivated in some higher vocational colleges at this stage are not consistent with the employment requirements of their related industries and are not closely integrated with the industry; the functional positioning of higher vocational colleges is not scientific enough, and the employment-oriented and ability-oriented goal orientation is not obvious. From the perspective of industry and enterprises, the enthusiasm of industry enterprises for participating in and holding higher vocational education is not high, coupled with the poor implementation of the employment admission system, and has affected the

healthy development of higher vocational education to a certain extent. (Wong, Y., Loke, S., & Mohamad, M. 2021)

Therefore, From the statement of the problem, the skill of Administrative in 21st Century of University administrators are crucial and can lead the organization to be an excellent quality to the student. And also, the academic Administration at the university needs to relate the skill of administration from the University Administrator. Hence researcher is interested in studying the relationship between Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at the university in Chong Qing, China. And aims to improve the university's administrative quality in the future.

Research Question

1. How is the relationship between administrative skills in the 21st century of university administrators and academic administration at the university in Chong Qing, China.?
2. What are the factors of administrative skills in the 21st century of university administrators?
3. What are the factors of academic administration at the university?

Research Objectives

1. To study the relationship between Administrative Skills in the 21st Century of university administrators and academic Administration at Chong Qing, China university.
2. To know factors the relationship between Administrative Skills in the 21st century of university administrators and academic administration at Chong Qing, China University.

Literature Review

Concept and theoretical of Administrative Skills in the 21st Century

The concept of administrative skills has evolved significantly in the 21st Century, primarily driven by advancements in technology, increased globalization, and changes in the workplace culture. These evolving factors have resulted in new categories of skills, broadly classified into personal skills, social skills, information and knowledge, and digital literacy.

Personal Skills: Involves skills such as self-development and autonomy (including self-management, self-regulation, and emotional intelligence), creativity, problem-solving and critical thinking, and adaptability.

Social Skills: These encompass communication and collaboration, cultural and global awareness, and leadership skills.

Information and Knowledge: This involves learning and self-improvement skills, metacognition, and the ability to manage information effectively.

Digital Literacy: This includes confidence in using media and ICT, proficiency in digital tools, critical use of digital tools, and ethical responsibility in a technology-driven culture.

The critical skills for the 21st Century include:

1. **Social Skills:** Involves appropriate behavior in diverse contexts, conflict resolution, and respect for others.
2. **Communication Skills:** Encompasses oral, written, nonverbal, and listening skills.
3. **Higher-Order Thinking Skills:** Includes problem-solving, critical thinking, and decision-making.
4. **Self-Control:** A vital intrapersonal skill enabling successful decision-making, conflict resolution, and coherent communication.
5. **Positive Self-Concept:** Involves self-confidence, self-efficacy, self-awareness, self-esteem, and a sense of well-being.

The '4Cs' of 21st Century skills are critical thinking, communication, collaboration, and creativity. These are foundational skills that need to be developed within core subject areas, and are considered fundamental to success in the modern world.

In conclusion, the administrative skills required in the 21st Century are no longer limited to traditional management abilities but have expanded to include a broad range of personal, social, and digital competencies, critical thinking, communication, collaboration, and creativity skills. As such, today's administrators need to be equipped with these skills to successfully navigate the ever-evolving business landscape.

Concept and theoretical of Academic Administration

1. Theoretical concepts related to academic administration in small schools

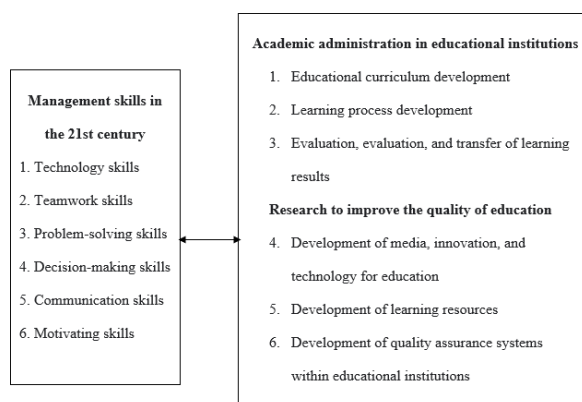
Academic work is the main task of the school administration because academic work is related to the curriculum organization of educational programs, teaching and learning which are the key point of the school and related to school administrators and teachers which may be directly or indirectly related to the characteristic of the work.

2. Definition of academic administration

(Colin & Lokomski, 2001) Academic administration refers to the administration of all school activities that are directly related to teachers and students. The school will meet the standard quality or not, depending on the academic administration planning. To improve and develop better teaching and learning and the most effective for the students. Academic administration in educational institutions is therefore an essential task of the educational institution, which is the primary responsibility for teachers and the key point. Thus, the school administrators and teachers must jointly fulfill the mission of educational institutions to achieve good

results are depend on academic administration. More importantly, academic work is related to all kinds of activities related to teaching and learning administration and encourage to achievement resulted in students have desirable qualities: good, smart, and joyful characteristic.

Conceptual Framework



Research Methodology

Population and sample

A university in Chongqing, China, has a population of 5,480 instructors. The sample consists of professors of education at a university in Chongqing, China. The sample size was determined by calculating the Krejcie and Morgan (1970) tables utilizing both purposive and simple random sampling. 361 samples make up the sample size. From the results, the sample size will be determined to be 358,21 individuals. Therefore, the researcher has decided the sample size for this study to be 359 individuals.

Research Result

Table 1 Characteristics of Respondents

Gender	Frequency	Percent
Male	148	40.9
Female	212	50.7
LGBTQI+	1	0.2
Total	361	100.0
Age		
Under 25 years	12	3.32
26-30 years	109	30.19
31-35 years	156	43.21
36 years Above	122	33.79
Total	361	100.0
Education		
Bachelor Degree	68	18.83
Master Degree	218	60.38
Doctoral Degree	75	20.77
Total	361	100
Income		
Less Than CYN. 4,000	80	22.16
CYN. 4,001 – 5,000	125	34.62
CYN. 5,001 – 5,500	110	30.47
More than CYN. 5,501	46	12.74
Total	361	100

Table 2 Correlation Of Classroom Management

		Teamwork skills	Problem -solving skills	Decision- making skills	Communi- cation skills	Motivating skills	Academic administra- tion
Teamwork skills	Pearson Correlation	1					
	Sig.(2Tailed)						
	N	361					
Problem-solving skills	Pearson Correlation	.671*	1				
	Sig.(2Tailed)	.012					
	N	361	361				

Decision-making skills	Pearson Correlation	.495*	.671*	1			
	Sig.(2Tailed)	.001	.012				
	N	.361	361	361			
Communication skills	Pearson Correlation	.569**	.495*	.671*	1		
	Sig.(2Tailed)	.000	.001	.012			
	N	361	361	361	361		
Motivating skills	Pearson Correlation	.952**	.569**	.495*	.671*	788**	
	Sig.(2Tailed)	.000	.000	.001	.012	.000	
	N	361	361	361	361	361	
Academic administration	Pearson Correlation	.952**	.569**	.495*	.671*	.542*	.611**
	Sig.(2Tailed)	.000	.000	.001	.012	.003	.000
	N	361	361	361	361	361	361

Present the factors of Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China's university. By significant at 0.05 can illustrated from Hypothesis as follows

Hypothesis 1

H₀: There is no relationship between Teamwork skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

H₁: There is relationship between Teamwork skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

From the correlation table 9, it able to interpreted the high relationship between Teamwork skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university. From the Pearson's correlation at .952* significant at .000, then rejected the H₀ and accepted H₁.

Hypothesis 2

H₀: There is no relationship between Problem solving skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

H₁: There is relationship between Problem solving skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

From the correlation table 9, it able to interpreted the high relationship between Problem Solving skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university. From the Pearson's correlation at .671* significant at .012, then rejected the H_0 and accepted H_1

Hypothesis 3

H_0 : There is no relationship between Decision-Making skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

H_1 : There is relationship between Decision-Making skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

From the correlation table 9, it able to interpreted the high relationship between Decision-Making skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university. From the Pearson's correlation at .495* significant at .001, then rejected the H_0 and accepted H_1

Hypothesis 4

H_0 : There is no relationship between Communication skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

H_1 : There is relationship between Communication skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

From the correlation table 9, it able to interpreted the high relationship between Communication skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university. From the Pearson's correlation at .671* significant at .012, then rejected the H_0 and accepted H_1

Hypothesis 5

H_0 : There is no relationship between Motivating skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

H_1 : There is relationship between Communication skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university.

From the correlation table 2, it able to interpreted the high relationship between Motivating skill and Academic Administration at Chong Qing, China's university. From the Pearson's correlation at .542* significant at .003, then rejected the H_0 and accepted H_1

Table 3 The interpretation of correlation coefficient (Best,1977)

Correlation Coefficient	Interpret between Variable
0.00 – 0.20	Lowest Relation
0.21 – 0.50	Low Relation
0.51 – 0.80	Medium Relation
0.81 – 1.00	High Relation

Conclusion

The respondents are teachers' universities in Chong Qing, China university Most are Female 50.7 percent, age is 31-35 years 43.21 percent, Education is Master degree 60.38 percent, and Income is CYN. 4,001 – 5,000 as 34.62 percent. The significant level of the Technology skill factors of Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China university. are agree considered by the level of C.V. are Teachers able to integrated social media into teaching, Teachers have participated in professional development activities related to technology in teaching and learning, and Teachers often used online learning management (LMS) such a black board or Moodle, respectively

The significant level of the Technology skill of factors of Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China university are agreed and moderate, considered by the level of CV. are The conflict of disagreement in during group work are handle by the teachers, Teachers' ability to communicate with other faculty members and staff in s collaborative manner, and Teachers are often encouraging, and facilitate group work and collaborating in their course, Respectively

The significant level of the Problem-solving skill of factors of Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China university are agreed and moderate, considered by the level of CV. are Teachers are stay current the problem-solving techniques and strategies, Teachers are ability to handle the conflicts with students or colleagues, and The encourage students to approach problem-solving in the class are essential, respectively.

The significant level the decision-making skill of factors affecting Professionalization of Teachers in the Elementary and Secondary are agree, considered by the level of CV. Are Teachers are often to make decisions that affect your teaching, such as selecting instructional materials or adapting lesson plans, The schools regularly consider salary increases for teachers, and Feeling confident in ability to make effective decision-making, respectively

The significant level of the Communication skill factors of Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China university. are agree, considered by the level of CV. Are Teachers are always encouraging and facilitate open communication to the students, Teachers can handle situations where students have a difficulty understanding course material or requirement, and more than one the typically communicates with the students., respectively.

From the correlation is high relationship between Culture of learning and Professional of teachers in Elementary and secondary schools, the medium relationship between Self-Development and Professional of teachers in Elementary and secondary schools also, medium relationship between Pay reform and Professional of teachers in Elementary and secondary schools, and low relationship between School support and Professional of teachers in Elementary and secondary schools in Wuhan China.

The significant level of the Motivate skill of factors of Administrative Skills in the 21st Century of University administrators and Academic Administration at Chong Qing, China university. are agree, considered by the level of CV. Are Teachers get motivate from administrators, the training is most essential to motivation, and most important motivating factors for teachers are Salary, professional development opportunities, recognition etc., respectively.

Discussion

From the quantitative research analysis, the researcher would like to presents as follows:

The study the Association Between Teaching the Professionalization of Teachers in the Elementary and Secondary Schools in Wu Han, China.

From the correlation analysis, the researcher found the factor that high relationship between Teaching the Professionalization of Teachers in the Elementary and Secondary Schools in Wu Han, China. Mean the Technology skill which consistent by Teamwork skills, Problem-solving skills, Decision-making skills, Communication skills, and Motivating skills are high relation to the Academic administration, administrators should aware to those skills and keep pay attention to teachers' skills, were consist by the studied of (Wong, Loke, & Mohamad, 2021) the study investigated the impact of teacher quality on academic administration in

Malaysian schools. The authors surveyed 391 teachers and 26 academic administrators to measure their perceptions of teacher quality and academic administration. The results showed that teacher quality was positively associated with academic administration, and that high-quality teachers were more likely to receive support and recognition from academic administrators

Suggestion

1. For the subsequent research, should study to the university administration to respond the Academic education of instructors in the universities.
2. Next study, the researcher ought to study the factors affected to the professionalize of teachers in Wuhan, China
3. For the next research, ought to study to the difference area in China country.

References

- Chalkiadaki, A. (2018). A systematic literature review of 21st Century Skills and competencies in primary education. **International Journal of Instruction**, 11(3), 1-16.
- Colin, E. W., & Lokomski, G. (2001). Theory in Educational Administration: Natualistic Direction. **Emerald Insight: Journal of Education Administration**, 39(6), 499-520.
- Gao , Z., & Yu , T. (2020). Research on the Development of Higher Vocational Education in China in the 21st Century. **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, 416(1), 742-745.

- Joynes, C., Rossignoli, S., & Amonoo-Kuofi, E. F. (2019). *21st Century Skills: evidence of issues in definition, demand and delivery for development contexts* (Vol. 4). K4D. Retrieved August 2019
- KREJCIE, R., & MORGAN, D. W. (1970). DETERMINING SAMPLE SIZE FOR RESEARCH ACTIVITIES. **EDUCATIONAL AND PSYCHOLOGICAL MEASUREMENT**.
- Likert, R. (1932). **A Technique for the Measuremenr of Attitude**. New York, USA.
- Lippman, L., Ryberg, R., Carney, R., & Moore, K. (2015). Key ‘soft skills’ that foster youth workforce success: Toward a consensus across fields (Workforce Connections No. 2015-24A). **Bethesda, MD: Child Trends. Retrieved from.**
- Newton, R. R. (1980). Educational theories and administrative styles. **NASSP Bulletin**, 64(434), 76-86.
- Phongphinyo, P. (2020). The 21st Century Skills of School Administrators under Udon Thani Primary Education Service Area Office. **The Southeast Asian Conference on Education 2020**, 1-21.
- Phumphongkhochasorn, P. (2021). Leadership style for Thailand 4.0 of school administrators affecting the implementation of the educational quality assurance system of schools at the secondary education level within the jurisdiction of Bangkok under a new educational quality assurance fr. **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education**, 12(8), 2525-2532.
- Rodpaiboon, N. (2022). ADMINISTRATIVE SKILLS IN THE 21ST CENTURY OF SCHOOL ADMINISTRATORS UNDER THE SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE SA KAE0. **The thesis of Master Degree in Burapha University**, 1-75.

Rovinelli, R., & Hambleton, R. (1976, April 19-23). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association**. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf>.

Voogt, J., & Roblin, N. (2012). A comparative analysis of international frameworks for 21st century competences: Implications for national curriculum policies. **Journal of Curriculum Studies**, 44(3), 299-321.

Wong, Y., Loke, S., & Mohamad, M. (2021). The impact of teacher quality on academic administration: A study of Malaysian school. **Journal of educational administration**, 59(1), 74-93.

Zhang, L., Lin, Z.-H., Wang, J.-Q., & Wang, M. (2021). **Revitalizing Education in the 21st Century**. Retrieved from <https://www.hurights.or.jp/>: https://www.hurights.or.jp/archives/human_rights_education_in_asian_schools/section2/2000/03/china-revitalizing-education-in-the-21st-century.html

The Student's Satisfaction with Classroom management (CM) of vocational school in Chongqing Vocational College of Media.

Hongyu Li¹

Received: August 3, 2023. Revised: December 15, 2023. Accepted:
February 29, 2024

Abstract

This research study is on the Students' satisfaction with classroom management (CM) of the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. The researcher studied teachers about management skills. Classified by Gender, age, Education, Income, and Education. This research aims the following: 1) to examine the relationship between the satisfaction of students in the vocational school at Chongqing Vocational College of Media and Classroom management before and after treatment. 2) to know the most significant positive factors of Classroom Management in the Chongqing Vocational College of Media vocational school. The respondents are students in a vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. Most are Male 65.56 percent, aged 19-20 years, 36.09 percent, and Education is grade 2, 50.66 percent. These research results are: the significant level shows the Student's Satisfaction with Classroom management (CM) of the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. The

¹ Pathum Thani University. Email: 1451209208@qq.com

considerable level shows the Students' satisfaction with classroom management (CM) of the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. Are agreed and moderate, considered by the level of CV. are Improved, Perceived, and Intention, Respectively

Keywords: Satisfaction, classroom management, vocational school

Introduction

The statement and significance of the problem

The outbreak of the combination of online classroom teaching breaks the traditional teaching mode. Relying on professional network teaching platforms, using Internet technology (IoT), students can study the teacher-recorded video for asynchronous network classroom learning, and teachers can participate in live online teaching synchronized network classroom learning. However, classroom management is essential and consistent with the research (Santhanam, 2022) aimed at encouraging and establishing student self-control through promoting positive student achievement and behavior. Thus, academic achievement, teacher efficacy, and teacher and behavior are directly linked with the concept of school and classroom management. Teachers are the key to quality and learning in the classroom. Classroom management refers to the wide variety of skills and techniques that teachers use to keep students organized, orderly, focused, attentive, on task, and academically productive during a class. When classroom-management strategies are executed effectively, teachers minimize the behaviors that impede learning for both individual students and groups of students while maximizing the behaviors that facilitate or enhance learning. Classroom management is teachers' strategies that create and maintain an orderly learning environment, and discipline means teachers'

responses to students' misbehavior. The classroom environment provides a context for learning. It includes the physical space, furnishings, resources, and materials, the class atmosphere, participants' attitudes and emotions, and the social dynamics of the learning experience. Nevertheless, the significance of classroom management in vocational schools in China is still less. According to the research (Zhu, Chi, & Shen, 2021) were found Classroom management is a significant issue for teachers. However, in Chinese as a foreign language (CFL) education, little is known about classroom management for female secondary school students in the United Arab Emirates (UAE). The research focused on classroom management issues and solutions in CFL education at all-girls secondary schools in the UAE, aiming to provide insights toward enhancing teachers' classroom management and students' learning. Data were collected in March 2020 via online surveys completed by CFL teachers and students of all-girls secondary schools in the UAE. In addition, several teachers (chosen randomly) were interviewed to obtain further details on their classroom management experiences. Quantitative and qualitative analysis revealed that CFL teachers face issues with students frequently entering and leaving the classroom, being late to or absent from class, talking out of turn, disrespecting teachers, and coming to class without suitable materials. Teachers use various strategies to address these issues, including getting help from administrators, creating reward and consequence systems, and changing their teaching methods. The findings suggest that CFL teachers can enhance their classroom.

Effective classroom management entails meticulous planning but also a readiness to switch gears and move away from the script when necessary; it requires firm control but also a willingness to relinquish that control to take advantage of a teachable moment; it requires leadership but also a sense of compassion and understanding of your students (UCONN, 2020).

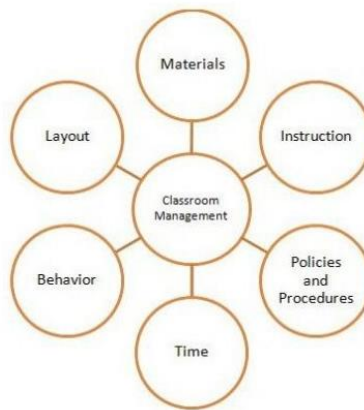


Figure 1 Behavior management and the Classroom Management, Education Week

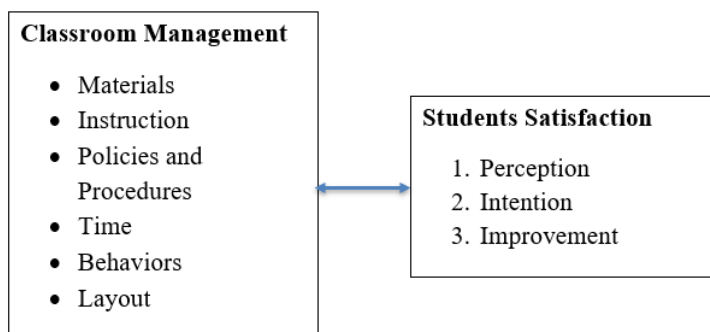
Effective classroom management begins with strong organizational skills—preparing your materials carefully, practicing with the technology, and getting a sense of how to organize best and move around in the room, but that’s not where the planning ends.

Therefore, from the significance and learning current situation, the researcher is interested in studying the Student’s Satisfaction with Classroom management (CM) of the vocational school in Chongqing Vocational College of Media. To study the relationship between the satisfaction of students in the vocational school at Chongqing Vocational College of Media and Classroom management before and after treatment. To take the result of this research is to improve teaching management in the school in the future.

Research Objective

1. To study the relationship between the satisfaction of students in the vocational school at Chongqing Vocational College of Media and Classroom management before and after treatment.
2. To know the most significant positive factors of Classroom Management in the vocational school at Chongqing Vocational College of Media.

Conceptual Framework



Literature Review

Concept of Satisfaction

The concept of satisfaction is multifaceted and has been defined from various perspectives. According to the Longman Dictionary of Contemporary English (1981), it refers to contentment, the fulfillment of needs or desires, or a sense of certainty. Wikipedia (2016) views satisfaction in the context of contract law as the release from a debt obligation. The Oxford Advanced Learner's Dictionary (2000) ties satisfaction to the achievement of desired outcomes or fulfilling expectations. Satisfaction is also considered as an emotional response towards an object, representing the fulfillment of an expected outcome influenced by prior expectations of quality (Locke, 1976; Ekinci 2004; cited In Eyiah-Botwe, 2015; Festinger, 1957; In Klein & Saunder, 2011). Arnold, Price, and Zinkhan (2004) assert that satisfaction is a judgment tied to the level of consumption-related fulfillment, highlighting the subjective nature of this concept.

Rai (2013) suggests satisfaction as a feeling resulting from the fulfillment of needs and wants, considering it as either an emotional or a cognitive experience, evaluated based on the comparison between received and expected outcomes. Geis and Cote (2000) break down the components of satisfaction into a response (emotional or cognitive), the focus of the response (expectations, product, consumption experience, etc.), and the time at which the response occurs (post-consumption, post-choice, etc.). In essence, the various definitions underscore the divergent lenses through which scholars view satisfaction. It's a fluid concept, seen both as a process and an outcome, thus reinforcing Day's (1980) assertion that the meaning of satisfaction varies across individuals. Despite these differences, a common thread across disciplines is the understanding of satisfaction as the discrepancy between expectations or desires and actual experiences.

Satisfaction manifests in various forms, with the primary categories being Customer Satisfaction (Consumer Satisfaction) and Job Satisfaction (Employee Satisfaction). Other types include social, economic, citizen, and life satisfaction.

1. Customer Satisfaction

Customer Satisfaction, often abbreviated as CSAT or CS, is a frequently used term in marketing and is a measure of how a company's products or services meet or surpass customer expectations. Solomon (2011) describes consumer satisfaction/dissatisfaction as the overall attitude a person develops towards a product after purchasing it. Evans, Jamal, and Foxall (2006) further state that satisfaction is the degree of positive or negative affect a consumer feels towards a product, store, or brand post-purchase. They suggest that satisfaction encompasses more than just product performance, but also includes the consumer's attitude and feelings. There are two primary conceptualizations of customer satisfaction: transaction-specific satisfaction and overall satisfaction. Transaction-specific satisfaction views customer satisfaction as the post-purchase evaluative judgment of

a specific transaction. Conversely, overall satisfaction is an aggregate measure based on all encounters and experiences over time, including total purchase and consumption of a product/service (Anderson, Fornell, & Lehmann, 1994; Fornell, 1992; Yi, 1991; cited in Rai, 2013; Eyiah-Botwe, 2015). These two forms emphasize the temporal dimensions of satisfaction. Rai (2013) captures the complexity of customer satisfaction, stating that it is a buyer's emotional or cognitive response post-purchase, and is shaped by the comparison of pre-purchase expectations and actual performance. It includes evaluating the costs incurred and benefits reaped either in a specific purchase event or over time. Factors defining customer satisfaction include ten quality values and seventeen indicators, such as quality, value, timeliness, efficiency, ease of access, environment, inter-departmental teamwork, front line service behaviors, commitment to the customer, and innovation (Rai, 2013).

2. Job Satisfaction (Employee Satisfaction)

Job satisfaction, as defined by Locke (1976), is "a pleasurable or positive emotional state resulting from the appraisal of one's job or job experiences." It is the attitude an individual has towards their job as a whole or specific aspects such as pay or working conditions (Robert, 1981). This definition highlights the importance of affective (feeling) and cognitive (thinking) aspects of job satisfaction. Olusegun (2011) describes job satisfaction as the contentment or happiness a worker experiences from their assigned tasks. This aspect of satisfaction can be a significant factor in the efficiency and effectiveness of business organizations, and various theories attempt to explain its nuances.

3. Life Satisfaction

Life satisfaction is defined by Ruut (2004) as the degree to which a person positively evaluates the overall quality of their life. It encapsulates how much an individual appreciates the life they lead. Life satisfaction can reflect positive experiences that

have influenced a person, motivating them to pursue and achieve their goals (Bailey, Eng, Frisch, & Snyder, 2007). Lina and Simon (2008) identify income, occupation and social status, opportunities and social mobility, welfare provision, and social network and family tradition as components of life satisfaction. While these components include both economic and non-economic factors, the criteria used to measure life satisfaction can vary.

Concept of Classroom Management

Several definitions of “classroom management” were proposed by researchers in history. Doyle (1986) stated, “management is commonly viewed as a pre-requisite to instruction, something to get out of the way so that teaching can occur.” Similarly, Brophy (1996) claimed that classroom management was the actions taken to create and maintain a learning environment which aimed to provide successful instructions. To be more specific, Marzano (2003) divided the “actions” into four parts: “establishing and reinforcing rules and procedures, carrying out disciplinary actions, maintaining effective teacher and student relationships, and maintaining an appropriate mental set for management.” However, Wright (2005) thought that “classroom management is concerned with managing both internal and external events and influences, including establishing and maintaining order, generating learning opportunities and dealing with people’s feelings and interactions.” Equally, Mercer and Gkonou (2020) believe that classroom management is an emotional aspect that needs to be harnessed between the teacher and students. All in all, classroom management is to make teaching and learning success with different methods and techniques, which include internal and external interferences. The definitions of classroom management were more and more specific to be easier for teachers to implement. And researchers began to be more aware of the affection aspect during classroom management.

Research Methodology

Population and sample

Chongqing Vocational College of Media in China has 8000 students enrolled in vocational education. The cohort consists of vocational school pupils from China's Chongqing Vocational College of Media. The sample size for this questionnaire was determined using Krejcie and Morgan's (1970) tables on the basis of purposive sampling and simple random sampling. There are 302 samples in the sample.

Research Result

Table 1 Characteristics of Respondents

Gender	Frequency	Percent
Male	198	65.56
Female	104	34.43
LGBTQI+	-	-
Total	302	100.0
Age		
Under 18 years	63	20.86
19-20 years	109	36.09
20-21 years	95	31.45
21 years Above	35	11.58
Total	302	100.0
Education		
Grade 1	74	24.50
Grade 2	153	50.66
Grade 3	75	24.83
Total	302	100

Table 2 Correlation Of Classroom Management

		Materials	Instruction	Policies and Procedures	Time	Behaviors	Layout	Perceived	Intention	Improve
Materials	Pearson Correlation	1								
	Sig.(2Tailed)									
	N	361								
Instruction	Pearson Correlation	.671*	1							
	Sig.(2Tailed)	.012								
	N	361	361							
Policies and Procedures	Pearson Correlation	.495*	.671*	1						
	Sig.(2Tailed)	.001	.012							
	N	361	361	361						
Time	Pearson Correlation	.569**	.495*	.671*	1					
	Sig.(2Tailed)	.000	.001	.012						
	N	361	361	361	361					
Behaviors	Pearson Correlation	.952**	.569**	.495*	.671*	1				
	Sig.(2Tailed)	.000	.000	.001	.012					
	N	361	361	361	361	361				
Layout	Pearson Correlation	.952**	.569**	.495*	.671*	.542*	1			
	Sig.(2Tailed)	.000	.000	.001	.012	.003				
	N	361	361	361	361	361	361			
Perceived	Pearson Correlation	.952**	.569**	.495*	.495*	.671*	.542*	1		
	Sig.(2Tailed)	.000	.000	.001	.001	.012	.003			
	N	361	361	361	361	361	361	361		
Intention	Pearson Correlation	.952**	.569**	.495*	.495*	.671*	.542*	.611**	1	
	Sig.(2Tailed)	.000	.000	.001	.001	.012	.003	.000		
	N	361	361	361	361	361	361	361	361	
Improve	Pearson Correlation	.952**	.569**	.495*	.671*	.495*	.671*	.542*	.611**	1
	Sig.(2Tailed)	.000	.000	.001	.012	.001	.012	.003	.000	
	N	361	361	361	361	361	361	361	361	361

Hypothesis

H₀: There is no relationship between Classroom Management and Student’s Satisfaction the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China.

H₁: There is relationship between Classroom Management and Student’s Satisfaction the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China.

From the correlation table 2, it able to interpreted the high relationship between Classroom Management and Student's Satisfaction the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. From the Pearson's correlation at .952* significant at .000, then rejected the H_0 and accepted H_1 .

Table 3 The interpretation of correlation coefficient (Best,1977)

Correlation Coefficient	Interpret between Variable
0.00 – 0.20	Lowest Relation
0.21 – 0.50	Low Relation
0.51 – 0.80	Medium Relation
0.81 – 1.00	High Relation

Conclusion

The respondents are students in vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. Most are Male 65.56 percent, age is 19-20 years 36.09 percent, and Education is grade 2, 50.66 percent.

The significant level shows the Student's Satisfaction with Classroom management (CM) of the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. are agree considered by the level of C.V. are Layout, Instruction, Time, Policies and Procedures, Behaviors, and Materials, respectively

The significant level shows the Student's Satisfaction with Classroom management (CM) of the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. are agreed and moderate, considered by the level of CV. are Improve, Perceived, and Intention, Respectively

From the correlation table 3, it able to interpreted the high relationship between Classroom Management and Student's Satisfaction the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. From the Pearson's correlation at .952* significant at .000, then rejected the H_0 and accepted H_1 .

Discussion

From the quantitative research analysis, the researcher would like to presents as follows:

The study to study to the Student's Satisfaction with Classroom management (CM) of the vocational school in Chongqing Vocational College of Media in China. From the correlation analysis, the researcher found the factor that high relationship between Teaching the Professionalization of Teachers in the Elementary and Secondary Schools in Wu Han, China. Mean the Technology skill which consistent by Teamwork skills, Problem-solving skills, Decision-making skills, Communication skills, and Motivating skills are high relation to the Academic administration, administrators should aware to those skills and keep pay attention to teachers' skills, were consist by the studied of (Wong, Loke, & Mohamad, 2021) the study investigated the impact of teacher quality on academic administration in Malaysian schools. The authors surveyed 391 teachers and 26 academic administrators to measure their perceptions of teacher quality and academic administration. The results showed that teacher quality was positively associated with academic administration, and that high-quality teachers were more likely to receive support and recognition from academic administrators

Suggestion

1. For the subsequent research, should study to the university administration to respond the Academic education of instructors in the universities.

2. Next study, the researcher ought to study the factors affected to the professionalize of teachers in Chongqing, China
3. For the next research, ought to study to the difference area in China country

References

- BİLGİN, Z. (2010). “CUSTOMER SATISFACTION, a central phenomenon in MARKETING”. YEDITEPE UNIVERSITY.
- Blue, F. (2011). **Classroom Management**.
- Emmer, & Edmund , T. (1994). **Classroom Management for Secondary Teachers. Third Edition**. Books; Guides - Classroom - Teacher.
- Folorunso, E. E., & Paul-D, A. (2017). SATISFACTION. **Department of Urban and Regional Planning The Federal Polytechnic**, 1-20.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000, January). Defining Consumer Satisfaction. **Academy of Marketing Science Review**, 1-28.
- Krejcie, R., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size For Research Activities. **Education and Psychological Measurement**, 4(2), 176-185.
- Likert, R. (1932). **A Techinque for the Measurement of Attitude**. New York.
- Oliver , R. M., & Reschly, D. J. (2007). **Effective Classroom Management: Teacher Preparation and Professional Development**.
- Rovinelli, R., & Hambleton, R. (1976, April 19-23). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association**. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf>.

Santhanam, V. (2022). CLASSROOM MANAGEMENT. **Journal of Avinashilingam University**, 1-5.

UConn. (2020). **Classroom Management**. Retrieved from UConn: University of Connecticut:
<https://cetl.uconn.edu/resources/teaching-your-course/classroom-management/>

Wong, Y., Loke, S., & Mohamad, M. (2021). The impact of teacher quality on academic administration: A study of Malaysian school. **Journal of educational administration**, 59(1), 74.93.

Zhu, D., Chi, J., & Shen, L. (2021, October). Classroom management in CFL education at allgirls secondary schools in the UAE. **Cogent Education**, 9(1), 1-25. doi:10.1080/2331186X.2021.2002132