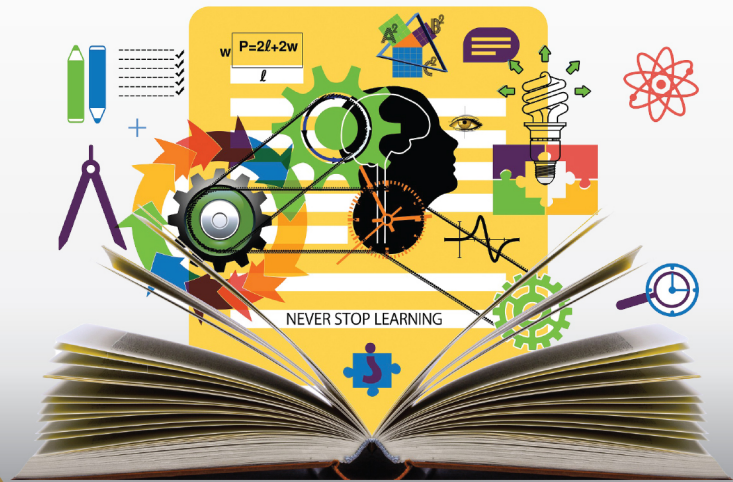


ISSN (ONLINE) : 2287-0326

ปีที่ 12

ฉบับที่ 1

ม.ค. - มิ.ย. 65



<https://tcj-thaijo.org/index.php/e-jodil>



Vol. 12 No.1
January – June 2022

สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช





วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม

Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565 Vol.12 No.1 January – June 20 | ISSN (Online): 2287-0326

วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning: e-JODIL) ได้ดำเนินการเผยแพร่บทความผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ บนเว็บไซต์ <https://tcj-thaijo.org/index.php/e-jodil> โดยมีนโยบายในการจัดพิมพ์/เผยแพร่ ดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลงานวิชาการ และข้อค้นพบจากการวิจัยด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สำหรับการเรียนรู้ในระบบทางไกล
2. เพื่อเป็นช่องทางในการระดมองค์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ในระบบทางไกลสู่การเป็นสังคมฐานความรู้
3. เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการ

ขอบเขตผลงานที่รับตีพิมพ์

ขอบเขตเนื้อหา	ประกอบด้วย	สาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
ประเภทผลงาน	ประกอบด้วย	บทความพิเศษ (Special article) บทความวิจัย (Research article) บทความวิชาการ (Academic article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book review)

ขั้นตอนการส่งบทความ

1. สมัครสมาชิก e-JODIL เพื่อเข้าสู่ระบบ [คลิกเพื่อทำการสมัคร](#)

2. กรอกข้อมูลให้ครบถ้วน และแนบไฟล์ดังนี้

2.1 ไฟล์บทความตาม templates Microsoft Word แต่ละประเภท บทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์หนังสือ

2.2* กรณีบทความผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการแล้ว ผู้ส่งบทความต้องชำระค่าพิจารณาบทความโดยโอนเงินผ่าน ธนาคารกรุงไทย สาขาเมืองทองธานี ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เลขที่บัญชี 147-1-03636-7 และแนบหลักฐานการโอนเงินชำระและส่งหลักฐานการโอนเงินค่าพิจารณาบทความ (ชำระค่าพิจารณาบทความหลังจากที่ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการแล้วเรียบร้อยแล้ว โดยวารสารฯ จะแจ้งให้ทราบก่อนการชำระเงิน)

- ภาษาไทย บทความละ 4,000 บาท

- ภาษาอังกฤษ บทความละ 7,000 บาท

- สำหรับบุคลากร มสธ. ไม่เสียค่าใช้จ่าย

***บทความที่ไม่ผ่านการพิจารณา ทางวารสารฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการคืนเงินค่าพิจารณาบทความ ไม่ว่าในกรณีใดๆ ทั้งสิ้น**

3. บทความทุกเรื่องที่ส่งเข้ามาพิจารณาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จะต้องมีการเขียนอ้างอิงเอกสารอื่น หรือเขียนแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ใน เนื้อหาและตอนท้าย (บรรณานุกรม) ของบทความ ในรูปแบบ APA Style

4. เมื่อบทความของท่านผ่านการพิจารณาและได้รับการแก้ไขแล้ว กองบรรณาธิการจะทำการเผยแพร่บทความของท่านในลักษณะบทความอิเล็กทรอนิกส์บนระบบต่อไป

นโยบายการพิจารณาถ้อยแถลงบทความ

1. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่านต่อบทความ โดยใช้การพิจารณาแบบ Double Blind Review

2. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ ตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชแต่อย่างใด

3. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์บทความในวารสาร

4. บทความที่เสนอพิจารณาในวารสาร e-JODIL ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยส่งไปลงพิมพ์ เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น

5. บทความที่เคยนำเสนอในการประชุมวิชาการมาแล้ว ผู้เขียนบทความต้องให้การรับรองว่าบทความนั้นได้ปรับปรุงจากการนำเสนอในการประชุมจากที่ใดมาแล้ว และต้องมีการตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความใหม่อีกครั้งหนึ่ง

เงื่อนไขการส่งบทความ

1. ผู้สนใจส่งบทความ เพื่อพิจารณาเผยแพร่บนวารสาร e-JODIL ได้แก่ นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ บุคลากรในสังกัดสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งนิสิต นักศึกษา ที่มีผลงานทางวิชาการและประสงค์จะเผยแพร่ผลงานผ่านทาง วารสาร e-JODIL
2. ผู้เขียนบทความ ต้องสมัครเป็นสมาชิกวารสาร e-JODIL ก่อนส่งบทความเสนอพิจารณา
3. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อนและต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ฤทธิ์ สมบัติสมภพ

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำทิพย์ วิภาวิน
สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

กองบรรณาธิการ

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิกกินส์ | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช | มหาวิทยาลัยศรีปทุม |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ดี เพชรเลิศอนันต์ | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา วนเศรษฐ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |

ผู้เชี่ยวชาญภาษาต่างประเทศ

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิตา เขี่ยมขันติถาวร | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา วงจรุจร | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3. รองศาสตราจารย์จันทนา ทองประยูร | นักวิชาการอิสระ |

คณะกรรมการบริหาร

- | | |
|--|---------------------|
| 1. อธิการบดีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช | ที่ปรึกษา |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ฤทธิ์ สมบัติสมภพ | ที่ปรึกษา |
| 3. รองอธิการบดีที่กำกับดูแลสถาบันวิจัยและพัฒนา | ประธาน |
| 4. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| 5. ผู้อำนวยการสำนักบรรณสารสนเทศ หรือผู้แทน | กรรมการ |
| 6. ผู้อำนวยการสำนักคอมพิวเตอร์ หรือผู้แทน | กรรมการ |
| 7. รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| 8. ผู้จัดการวารสาร | กรรมการ |
| 9. ผู้ดูแลระบบด้านเทคนิค | กรรมการ |
| 10. ผู้ช่วยผู้ดูแลระบบด้านเทคนิค | กรรมการ |
| 11. ผู้ช่วยผู้จัดการวารสาร | กรรมการและเลขานุการ |

การติดต่อ

ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่งานวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

โทร. 0-2504-7588-9 โทรสาร 0-2503-4898

E-mail: e-jodil@stou.ac.th

เว็บไซต์: <https://tci-thaijo.org/index.php/e-jodil>

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ (Peer Review)



ประจำปี ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565

ศาสตราจารย์ ดร.จ่านงค์ อติวัฒนสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์ณรงค์ ใจหาญ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กานดา พูนลาภทวี	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.กึ่งพร ทองใบ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.เก็จนก เอื้อวงศ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.เชมณัฐ มิ่งศิริธรรม	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.จิตรา วีรบุรินทร์	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทวิวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนศ ภูศิริ	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.นิคม ทาแดง	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนา ดวงแก้ว	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ โตโพธิ์ไทย	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.วศิน อิงคพัฒนากุล	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.วาสนา ทวีกุลทรัพย์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภมาส อังศุโชติ	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.อโณทัย งามวิชัยกิจ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ พันตำรวจโทหญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จ่านงค์ จุลเอียด	มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิชาวดี ตานีเหิง	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป พิษทองกลาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พัฒนรังสรรค์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตติ วรรณศิลป์	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรชัย ครุจิต	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ แสนพิช	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
อาจารย์ ดร.ดวงแก้ว เงินพูลทรัพย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.ปริญญารัตน์ ภูศิริ	กรมส่งเสริมการเกษตร
อาจารย์ ดร.วรสรวง ดวงจินดา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
อาจารย์สมศักดิ์ พิริยะโยธา	นักวิชาการอิสระ
พลตำรวจตรี ดร.สุพิศาล ภักดินฤณถ	โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
ดร.พิสิทธิ์ พัวพันธ์	สำนักเศรษฐกิจมหภาค กระทรวงการคลัง

สวัสดีค่ะ ท่านผู้อ่านทุกท่าน

วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เป็นวารสารคุณภาพที่เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการเป็นปีที่ 12 ฉบับที่ 1 แล้ว ได้รับการรับรองคุณภาพอย่างต่อเนื่องเป็นวารสารกลุ่มที่ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563-2567 จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ที่มีนโยบายในการจัดการวารสารคุณภาพเพื่อยกระดับจากวารสารระดับชาติสู่วารสารระดับนานาชาติ ทำให้ได้รับความสนใจจากนักวิจัยและนักวิชาการจำนวนมาก กองบรรณาธิการประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากหลายสถาบันมาร่วมเป็นทีมงานที่ช่วยคัดกรอง คัดสรรบทความที่มีคุณภาพเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม นโยบายในการบริหารจัดการวารสารยังคงเน้นกระบวนการประเมินคุณภาพบทความที่เข้มข้น จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณวุฒิ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตรงตามเนื้อหาในบทความ เพื่อให้วารสารได้เผยแพร่บทความที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน

บทความในวารสารฉบับนี้มีจำนวน 15 บทความ เป็นบทความวิชาการจำนวน 2 บทความเกี่ยวกับการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล และการสื่อสารทางการตลาดผ่านการตลาดเชิงกิจกรรมสมัยใหม่เพื่อความยั่งยืนขององค์กร และบทความวิจัยจำนวน 13 บทความเป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล เช่น การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลสำหรับนักศึกษาในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรม การใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษา และผลการเรียนรู้ระยะไกลภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล รวมถึงสมรรถนะครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน ส่วนบทความด้านการสื่อสารได้แก่การสื่อสารเพื่อเผยแผ่พุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ นอกจากนี้ยังมีบทความเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์และนวัตกรรมได้แก่ การสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลักและแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านด้วยเทคโนโลยีเสมือน โมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพของสถาบันการอาชีวศึกษา การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช รวมถึงบทความด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้แก่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อและการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อเสถียรภาพและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และการประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน

ในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เริ่มดีขึ้น การสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการยังคงทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยกันสร้างสรรค์องค์ความรู้ใหม่เพื่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจผ่านกระบวนการวิจัย ขอขอบคุณกองบรรณาธิการวารสาร ผู้จัดการวารสารและทีมงานสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ปฏิบัติงานด้วยความเข้มแข็งและยึดมั่นในคุณภาพทุกขั้นตอนของจัดทำวารสารนี้ ในสถานการณ์ที่ต้องยกระดับคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้อ่านได้รับประโยชน์สูงสุด และขอขอบคุณผู้อ่านทุกท่านที่สนับสนุนการผลิตและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ความรู้ในวารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำทิพย์ วิภาวิน
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความเรื่อง	หน้า
บทความวิชาการ	
 การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล	1
 การสื่อสารทางการตลาดผ่านการตลาดเชิงกิจกรรมสมัยใหม่เพื่อความยั่งยืนขององค์กร	12
บทความวิจัย	
 การพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	23
 การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน	33
 ผลการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วย การประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์	50
 สมรรถนะครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ ที่มีวิธี ปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน	62
 การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน	74
 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	84
 การสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลักและแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบ รנדในยุคดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีตัวอย่าง อำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น	100
 การสื่อสารเพื่อเผยแพร่พุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์	120
 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง	133
 ผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อเสถียรภาพและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย	151
 โมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพของสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	163
 การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	178
 การประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน	192



Received: 03-03-2021

Revised: 26-08-2021

Accepted: 13-09-2021

การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล The Efficiency Testing of Distance Educational Media or Distance Instructional Package

วาสนา ทวีกุลทรัพย์¹

Wasana Taweekulasup

Wasana.Tha@stou.ac.th

บทคัดย่อ

การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล เป็นกระบวนการตรวจสอบคุณภาพที่มีความสำคัญต่อระบบการศึกษาทางไกล การทดสอบประสิทธิภาพมีความจำเป็นต่อการพัฒนาต้นแบบของสื่อและชุดการสอนทางไกล กล่าวคือ ช่วยให้สื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพราะได้ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น และการทดสอบประสิทธิภาพการสอนจริง อีกทั้งทำให้สถาบันการศึกษาที่ผลิตสื่อและชุดการสอนทางไกลประหยัดค่าใช้จ่ายและระยะเวลา เพราะมีต้นแบบที่นำมาผลิตเพิ่มจำนวนมากได้ทันที ผู้เรียนที่เรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกลมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่มุ่งหวังไว้ สำหรับผู้สอนเกิดความมั่นใจว่าสื่อหรือชุดการสอนทางไกลได้ผ่านการประกันคุณภาพด้วยการทดสอบประสิทธิภาพมาแล้ว การทดสอบประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นในระบบการศึกษาทางไกลเป็นขั้นตอนหนึ่งของการผลิตสื่อและชุดการสอนทางไกลที่ต้องมีการทดสอบประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการประเมินพฤติกรรมผู้เรียนจากการทำกิจกรรมหรืองานที่ได้รับมอบหมายในระหว่างการเรียนรู้ด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล หรือเรียกว่า การประเมินกระบวนการ (Process – E₁) และการประเมินพฤติกรรมผู้เรียนจากการทดสอบหลังเรียน หรือเรียกว่า การประเมินผลลัพธ์ (Product – E₂) โดยมีขั้นตอนของการทดสอบประสิทธิภาพเพื่อประเมินพฤติกรรมผู้เรียน 2 ขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น (Try Out) ที่ครอบคลุม การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม และแบบภาคสนาม และการทดสอบประสิทธิภาพการสอนจริง (Trial Run) ดังนั้น การทดสอบประสิทธิภาพจึงเป็นเครื่องมือตรวจสอบคุณภาพที่ยืนยันต่อประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกลได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: การทดสอบประสิทธิภาพ, สื่อการศึกษาทางไกล, ชุดการสอนทางไกล, การประเมินกระบวนการ, การประเมินผลลัพธ์

¹ สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Educational Studies, Sukhothai Thammathirat Open University

Abstract

The efficiency testing of distance educational media or distance education instructional package is a very important quality verification process for the distance education system. The efficiency testing is necessary for the prototype development of distance education media or distance instructional package, i.e. it enables the developer to obtain the quality and efficient distance education media or distance instructional package because the media or the instructional package has undergone the preliminary efficiency try-out and trial run; it also enables the producer to save expenditure and time because it can obtain the prototype media that can be immediately duplicated in large numbers. In addition, the learners who learned from the media or the instructional package have changed their expected behaviors; while instructor has gained confidence that the developed distance education media or distance education instructional package has passed the quality assurance in terms of efficiency testing. Therefore, the efficiency testing is a necessary step in the development of distance education media or distance education instructional package. The efficiency testing comprises the evaluation of learners' behaviors while doing activities or assigned work during their learning from the media or the instructional package as known as the process evaluation, or E_1 , and the evaluation of learners' behaviors by post-learning testing as known as the product evaluation, or E_2 . There are two steps of efficiency testing to evaluate the learners' behaviors, namely, the preliminary efficiency try-out that includes the individual try-out, the small group try-out, and the field try-out; and the efficiency Trial Run. Therefore, the efficiency testing is the quality verification tool that can reliably confirm the efficiency of the developed distance education media or distance education instructional package.

Keywords: Efficiency testing, Distance educational media, Distance educational instructional package, Process evaluation, Product evaluation

บทนำ

ในระบบการศึกษาทางไกลที่ผู้สอนและผู้เรียนอยู่ห่างไกลกัน ใช้การถ่ายทอดความรู้โดยผ่านสื่อการศึกษาทางไกล หรือสื่อทางไกลที่ทำหน้าที่แทนผู้สอน สื่อหรือชุดการสอนทางไกลมีทั้งที่เป็นสื่อหลักและสื่อเสริม สื่อหลัก (Main Media) เป็นสื่อที่ผู้เรียนต้องรู้ (Main Content) ต้องมีในสื่อหลัก ต้องมีอยู่ทั้ง Main and Support Media สื่อเสริม (Supplement Media) เป็นสื่อเสริมผู้เรียนความรู้ (Supplement Content) และสื่อเติมเต็ม (Enrichment Media) เป็นสื่อเสริมที่ผู้เรียนนำรู้ (Enrichment Content) สื่อหรือชุดการสอนทางไกลประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การสอนเสริมหรือการสัมมนาเสริม และการสัมมนาเข้ม และการพบกลุ่ม

ด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกลมีความสำคัญต่อการศึกษาทางไกล ดังนั้น ควรมีการตรวจสอบคุณภาพซึ่งมีวิธีการที่หลากหลาย แต่ด้วยระบบการสอนทางไกล อย่างเช่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (มสธ.) ในขั้นการผลิตสื่อหรือชุดการสอนทางไกลซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญ ในขั้นนี้สื่อหรือชุดการสอนทางไกล ต้องผ่านกระบวนการทดสอบประสิทธิภาพตามที่ระบบการศึกษาทางไกลกำหนดไว้

การทดสอบประสิทธิภาพ อาจเป็นสิ่งที่ใหม่สำหรับบางคน แต่จริงแล้วการทดสอบประสิทธิภาพเริ่มมีมานานแล้ว ค้นพบและดำเนินการเผยแพร่โดยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยงค์ พรหมวงศ์ ในปี พ.ศ. 2520 เริ่มจากการที่ท่านได้พัฒนาระบบการผลิตชุดการสอนแบบศูนย์การเรียนรู้ขึ้นในปี พ.ศ. 2516 จึงต้องหาวิธีการทดสอบระบบดังกล่าว จึงค้นพบว่า การทดสอบ



ประสิทธิภาพเป็นเครื่องมือตรวจสอบคุณภาพของระบบที่ดี ประกอบกับท่านเป็นผู้พัฒนาระบบการสอนทางไกลแผน มสธ. 2524 และแผนมสธ. ที่ใช้อยู่ปัจจุบัน (2564) ซึ่งในระบบของสื่อทางไกลทุกประเภทก็ต้องผ่านการทดสอบประสิทธิภาพเช่นกัน

ปัจจุบันนี้ การทดสอบประสิทธิภาพได้นำมาใช้กันอย่างกว้างขวาง ไม่ใช่พัฒนาสื่อหรือชุดการสอนทางไกลเกือบทุกประเภทของสื่อการเรียนการสอน รวมถึงนวัตกรรมด้านสื่อก็นำการทดสอบประสิทธิภาพมาใช้

ในบทความนี้จะกล่าวถึง ความหมายและความจำเป็นของการทดสอบประสิทธิภาพ การกำหนดเกณฑ์และขั้นตอน การทดสอบประสิทธิภาพ การยอมรับประสิทธิภาพ การคำนวณการหาประสิทธิภาพ และปัญหาของการทดสอบประสิทธิภาพ สื่อหรือชุดการสอนทางไกล

1. ความหมายของการทดสอบประสิทธิภาพสื่อและชุดการสอนทางไกล

การทดสอบประสิทธิภาพ (Efficiency Testing) หมายถึง การหาคุณภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกล โดยพิจารณาตามขั้นตอนของการพัฒนาสื่อหรือชุดการสอนทางไกลนั่นเอง

สำหรับการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล จึงหมายถึง การนำสื่อหรือชุดการสอนทางไกลไปทดสอบเพื่อตรวจสอบคุณภาพ โดยดำเนินการใน 2 ขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น (Try Out) และการทดสอบประสิทธิภาพใช้จริง (Trial Run) (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2556, น.1)

การทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้นหรือการทดลองใช้เบื้องต้น เป็นการนำสื่อหรือชุดการสอนทางไกลมาตรวจสอบคุณภาพ เพื่อทำการปรับปรุงโดยดำเนินการใน 3 ขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว การทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม และการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม ในแต่ละขั้นตอนจะมีการปรับปรุงสื่อหรือชุดการสอนทางไกล

การทดสอบประสิทธิภาพการสอนจริง หรือการทดสอบประสิทธิภาพใช้จริง เป็นการทำการทดสอบประสิทธิภาพในสถานการณ์จริง โดยนำสื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่ผ่านการปรับปรุงในการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนามไปใช้จริงตลอดภาคการศึกษา หรือเป็นเวลา 1 ปีการศึกษา จากนั้นศึกษาผลการใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงสื่อและชุดการสอนทางไกล เพื่อนำไปจัดทำเป็นต้นแบบในการเผยแพร่ต่อไป

2. ความจำเป็นที่ต้องมีการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล

ความจำเป็นที่ต้องมีการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลมี ดังนี้ (1) เพื่อให้ได้สื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่มีคุณภาพ (2) เพื่อให้ได้สื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่เป็นต้นแบบ ทำให้สถาบันการศึกษานั้นประหยัดค่าใช้จ่ายและระยะเวลา และ(3) เพื่อให้ผู้เรียนหรือนักศึกษาและผู้สอนมีความมั่นใจว่าสื่อชิ้นนั้นได้ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพแล้วว่ามีคุณภาพ ทำให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่มุ่งหวังไว้

2.1 เพื่อให้ได้สื่อและชุดการสอนทางไกลที่มีคุณภาพ การทดสอบประสิทธิภาพ เป็นกระบวนการตรวจสอบคุณภาพที่ต้องดำเนินการทดลองใช้สื่อและชุดการสอนทางไกลเรื่องนั้น หรือหน่วยนั้น ถึง 3 ขั้นตอนกับผู้เรียน เมื่อได้ผลในแต่ละขั้นตอน จะมีการปรับปรุงแล้วนำไปทดสอบประสิทธิภาพอีก การทดสอบประสิทธิภาพเป็นการทดสอบในสถานการณ์จำลองในแต่ละขั้นตอน จะมีกลุ่มทดลองที่เป็นผู้เรียนจำนวนหนึ่ง แต่ผู้เรียนที่นำมาทำการทดสอบประสิทธิภาพมีผลการเรียนที่แตกต่างกัน มีทั้งที่มีผลการเรียนเก่งหรือดี ระดับปานกลาง และระดับอ่อน ผลการเรียนที่คละกันจะเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า สื่อหรือชุดการสอนทางไกลนั้นสามารถใช้กับผู้เรียนที่เป็นนักศึกษาทุกระดับที่มีผลการเรียนที่ต่างกัน ดังนั้น การทดสอบประสิทธิภาพจึงมีกระบวนการและขั้นตอนเพื่อการปรับปรุงให้มีคุณภาพ

2.2 เพื่อให้ได้สื่อและชุดการสอนทางไกลที่เป็นต้นแบบจากการทดสอบประสิทธิภาพ ทำให้สถาบันการศึกษาประหยัดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการต้องมาผลิตสื่อและชุดการสอนทางไกลซ้ำอีก ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556, น.8) ได้กล่าวว่า การทดสอบประสิทธิภาพช่วยประกันคุณภาพของสื่อว่าอยู่ในขั้นที่สูงเหมาะสมที่จะลงทุนผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก หาก

ไม่มีการทดสอบประสิทธิภาพเสียก่อนแล้ว เมื่อผลดีออกมาใช้ประโยชน์ไม่ได้ดี ก็จะต้องผลิตหรือทำขึ้นใหม่เป็นการสิ้นเปลืองทั้งเวลา แรงงาน และเงินทอง

ดังนั้น การทดสอบประสิทธิภาพมีความจำเป็นต่อหน่วยงานหรือสถาบันการศึกษา ที่ผลิตสื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่จะช่วยให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่าย เพราะสื่อและชุดการสอนทางไกลนั้นได้ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพแล้ว สามารถนำเป็นต้นแบบตามขั้นตอนการผลิตสื่อได้อีก

2.3 เพื่อให้ผู้เรียนหรือนักศึกษาในฐานะผู้ใช้สื่อการศึกษาทางไกลเกิดความมั่นใจว่าสื่อได้ออกมาผ่านการทดสอบประสิทธิภาพแล้ว มีคุณภาพที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนตามที่มุ่งหวังไว้ได้ นอกจากนี้ ผู้สอนมีความมั่นใจว่าสื่อหรือชุดการสอนทางไกลช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้จริง

3. การประเมินผลพฤติกรรมของผู้เรียนที่เรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกลในการทดสอบประสิทธิภาพ

ในการทดสอบประสิทธิภาพจะมีการประเมินผลพฤติกรรมของผู้เรียนที่เรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล 2 ประเภท คือ พฤติกรรมต่อเนื่อง และพฤติกรรมสุดท้าย

3.1 การประเมินพฤติกรรมต่อเนื่อง (Transitional Behavior) หรือเรียกอีกอย่างว่า กระบวนการ (Process) ซึ่งหมายถึง กิจกรรมที่กำหนดให้ผู้เรียนทำ หรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำ หลังจากศึกษาสื่อทางไกลหรือชุดการสอนทางไกล กำหนดค่าการประเมินพฤติกรรมต่อเนื่องเป็น E_1 หมายถึง Efficiency of Process คือ ประสิทธิภาพของกระบวนการ

3.2 การประเมินพฤติกรรมสุดท้าย (Terminal Behavior) หรือเรียกอีกอย่างว่า ผลลัพธ์ (Product) ซึ่งหมายถึง การทดสอบหลังเรียนในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ที่เรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล กำหนดค่าการประเมินพฤติกรรมสุดท้ายเป็น E_2 หมายถึง Efficiency of Product คือ ประสิทธิภาพของผลลัพธ์

การทดสอบประสิทธิภาพจะมีการประเมินผลพฤติกรรมของผู้เรียนในการเรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล โดยกำหนดให้ผลเฉลี่ยของคะแนนการทำการกิจกรรมที่กำหนดให้ทำ หรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำทั้งหมดต่อร้อยละของผลเฉลี่ยของคะแนนการประเมินในการทดสอบหลังเรียนทั้งหมด นั่นคือ E_1/E_2 หมายความว่า ประสิทธิภาพของกระบวนการ/ประสิทธิภาพของผลลัพธ์

ตัวอย่าง การกำหนดผลการประเมินพฤติกรรมของผู้เรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกลในการทดสอบประสิทธิภาพ โดยกำหนดเกณฑ์ว่า $E_1/E_2 = 80/80$ หมายความว่า เมื่อผู้เรียนเรียนจากสื่อหรือชุดการสอนทางไกล ผู้เรียนจะสามารถทำการกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายที่กำหนดให้ทำได้ผลเฉลี่ย 80% และประเมินหลังเรียนได้ผลเฉลี่ย 80%

4. เกณฑ์ประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกล

เกณฑ์ประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นระดับที่ผู้ผลิตสื่อหรือชุดการสอนทางไกลจะพึงพอใจว่า หากสื่อหรือชุดการสอนทางไกลมีประสิทธิภาพถึงระดับนั้นแล้ว จะมีคุณค่าต่อผู้เรียน และมีคุณค่าในการลงทุนผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2556, น.9)

การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ ควรจะรู้ถึงที่มาของการกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพ ซึ่งกำหนดค่าของประสิทธิภาพ E_1/E_2 เป็นตัวเลขเท่าใด การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำมาผลิตสื่อหรือชุดการสอนทางไกล ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2520, น.135-136) ได้กำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกลจากเนื้อหาที่เน้นความรู้ความจำ มักจะตั้งเกณฑ์ไว้สูงสุดแล้วลดต่ำลงมา ดังนี้ 90/90 85/85 80/80 75/75 แต่ไม่ควรตั้งเกณฑ์ไว้ต่ำกว่านี้ หากตั้งเกณฑ์ไว้เท่าใด มักจะได้ผลเท่านั้น

จากเกณฑ์ประสิทธิภาพที่กำหนดไว้ หรือตั้งเกณฑ์ไว้ดังกล่าวข้างต้น ถ้าพิจารณาจากเนื้อหา เนื้อหาที่เป็นพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) เป็นเนื้อหาที่ให้ความรู้ความจำ เกณฑ์ประสิทธิภาพควรตั้งอยู่ระหว่าง 90/90 85/85 และ 80/80 เนื้อหาที่เป็นทักษะพิสัย (Skill Domain) เป็นเนื้อหาที่ต้องใช้ทักษะความชำนาญ ต้องใช้เวลาในการฝึกฝนและพัฒนา เช่นเดียวกับเนื้อหาที่เป็นจิตพิสัย (Affective Domain) เป็นเนื้อหาที่เน้นความรู้สึก ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ เกณฑ์ประสิทธิภาพควรตั้งอยู่ระหว่าง 80/80 และ 75/75

การตั้งเกณฑ์ประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล มีความสำคัญที่จะทำให้ยอมรับ หรือไม่ยอมรับว่าสื่อที่ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพนั้น เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ กรณีที่ไม่เป็นตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ก็ควรมีการปรับปรุงกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำยากขึ้นหรือง่ายขึ้น แต่ทั้งนี้กิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมที่กำหนดไว้ให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน

5. ขั้นตอนการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล

การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลมี 2 ขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น และการทดสอบประสิทธิภาพสอนจริง การทดสอบประสิทธิภาพควรดำเนินการทั้ง 2 ขั้นตอน ไม่ควรทำเฉพาะขั้นการทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น ถึงแม้ต้องใช้ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการทดสอบประสิทธิภาพในการสอนจริง แต่หน่วยงานและสถาบันการศึกษาที่ผลิตสื่อการศึกษาทางไกลจะได้สื่อที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถืออย่างมาก เพราะได้ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพถึง 2 ขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น และการทดสอบประสิทธิภาพการสอนจริง

5.1 การทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น เป็นการนำสื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่ผลิตขึ้นเป็นต้นแบบ (Prototype) ไปทดสอบประสิทธิภาพใน 3 ขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว การทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม และการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม

5.1.1 การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยวด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล ในการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว (1 : 1) หมายถึง การทดสอบประสิทธิภาพโดยมีผู้สอน 1 คน ต่อผู้เรียน 1-3 คน โดยทดสอบประสิทธิภาพกับผู้เรียนที่มีผลการเรียนอ่อนก่อน สัมภาษณ์ และทำการปรับปรุงแล้วนำไปทดสอบประสิทธิภาพกับผู้เรียนที่มีผลการเรียนปานกลาง และนำไปทดสอบประสิทธิภาพกับผู้เรียนที่มีผลการเรียนเก่ง (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2556, น.14)

การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยวด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล ผู้เขียนได้ทำวิจัยและพัฒนาสื่อและชุดการสอนทางไกล ได้ดำเนินการกับผู้เรียนหรือนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีผลการเรียนคละกัน โดยให้ผู้เรียนที่เป็นกลุ่มทดลองใช้ชุดการสอนทางไกลจำนวน 40 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่มีผลการเรียนดีหรือเก่ง กลุ่มผู้เรียนที่มีผลการเรียนปานกลาง และกลุ่มผู้เรียนที่มีผลการเรียนอ่อน จากนั้นสุ่มกลุ่มทดลองแต่ละกลุ่มผู้เรียนเพื่อทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว จำนวน 3 คน โดยสุ่มผู้เรียนมากกลุ่มละ 1 คนที่มีผลการเรียนดี ปานกลาง และอ่อน ผลการเรียนของผู้เรียนอาจใช้แบบทดสอบเป็นเครื่องมือในการจำแนกผลการเรียนของผู้เรียน จากนั้น ก็ทำการทดลองโดยให้เรียนจากชุดการสอนทางไกลที่พัฒนาขึ้น หลังจากกลุ่มทดลองแบบเดี่ยวทั้ง 3 คน ได้ศึกษาชุดการสอนทางไกลเรียบร้อยแล้ว จึงทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับคุณภาพของชุดการสอนทางไกล และนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปปรับปรุงสื่อต่างๆ ในชุดการสอนทางไกล เมื่อปรับปรุงเป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงนำชุดการสอนทางไกลไปทดลองใช้ในการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม

สิ่งที่พึงระวังในการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว มีดังนี้

1) ผลของคะแนนที่ได้จากการทดสอบประสิทธิภาพ E_1/E_2 หมายถึง ผลเฉลี่ยของคะแนนกิจกรรมระหว่างเรียนของผู้เรียนทั้งหมดที่เรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล ต่อผลเฉลี่ยของคะแนนทดสอบหลังเรียน ไม่ควรได้เท่ากับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เช่น ตั้งเกณฑ์การทดสอบประสิทธิภาพไว้ที่ 80/80 ตามหลักการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว คะแนนที่ได้ควรต่ำกว่าเกณฑ์ 80/80 โดยประมาณควรต่ำกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80 คือ 20% ดังนั้น คะแนนที่ได้ในการทดสอบประสิทธิภาพควรอยู่ประมาณ

60/60 กรณีที่ได้คะแนนการทดสอบประสิทธิภาพ E_1/E_2 ต่ำกว่าเกณฑ์ ก็ไม่ควรวิตก เมื่อนำไปทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม คะแนนการทดสอบประสิทธิภาพ E_1/E_2 ก็จะสูงขึ้นตามลำดับ

2) ผลของคะแนนการทดสอบประสิทธิภาพที่สูงกว่าเกณฑ์ หรือเท่ากับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ใน การทดสอบประสิทธิภาพแบบ เดียวนั้น ผู้ผลิตสื่อหรือชุดการสอนทางไกลควรปรับปรุงเนื้อหา กิจกรรมระหว่างเรียน และแบบทดสอบใหม่ อาจจะง่ายขึ้นไป สำหรับผู้เรียน

3) ผู้เรียนที่ทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว ต้องมีผลการเรียนคละกัน กล่าวคือ ผลการเรียนที่เก่งหรือดี ปาน กลาง และอ่อน เนื่องด้วยในสภาพการเรียนจะมีผู้เรียนใน 3 ระดับ ที่กล่าวถึงข้างต้น เพื่อให้ได้ชุดการสอนทางไกล หรือ สื่อการศึกษาทางไกล ที่สามารถนำมาใช้ได้กับผู้เรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกันได้ ไม่ใช่ใช้กับผู้เรียนที่มีผลการเรียนเก่งเพียง อย่างเดียว

4) ผู้เรียนที่ทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยวจำนวน 3 คนนี้ ไม่นำมาเป็นกลุ่มทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม

5) ในการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว (1 : 1) ระหว่างทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยวผู้เรียนทำการศึกษาสื่อหรือ ชุดการสอนทางไกล ควรทำการสังเกตว่าผู้เรียนแสดงท่าทางหงุดหงิด หรือทำหน้าฉงน หรือแสดงท่าทางไม่เข้าใจ ฯลฯ เพื่อนำ เป็นข้อมูลในการปรับปรุงประกอบการสัมภาษณ์ และผลที่ได้จากการคำนวณหาประสิทธิภาพ

5.1.2 การทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม จะดำเนินการหลังจากปรับปรุงสื่อและชุดการสอนทางไกลแล้ว การ ทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม (1 : 10) เป็นการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลกับผู้เรียน 6-10 คน ที่มีผล การเรียนคละกัน อาจใช้ผู้เรียนจำนวน 9 คน ในการทดสอบประสิทธิภาพเป็นผู้เรียนที่มีผลการเรียนดีหรือเก่ง 3 คน ปานกลาง 3 คน และอ่อน 3 คน

ตัวอย่างเช่น จากการที่ผู้เขียนได้กล่าวถึงการท่วัจัยสื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่ใช้การทดสอบประสิทธิภาพแบบ เดี่ยวผ่านมาแล้วกับกลุ่มทดลองที่เป็นนักศึกษาจำนวน 3 คน คราวนี้มาถึงการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่มก็จะใช้กลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาจำนวน 10 คน โดยใช้การสุ่มอย่างง่ายให้ได้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มที่เป็นผู้เรียนที่มีผลการเรียนดีหรือ เก่ง 3 คน ปานกลาง 4 คน และอ่อน 3 คน โดยกลุ่มที่มีผลการเรียนปานกลางจะมีผู้เรียนถึง 4 คน หลักการที่สำคัญกรณีนี้ ที่ต้องการกลุ่มทดลองจำนวน 10 คน ที่เหลือให้เหลือผู้เรียนในกลุ่มที่มีผลการเรียนปานกลางมาเพิ่มทุกครั้ง หลังจากผู้เรียนได้ เรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกลเสร็จสิ้นแล้ว จะทำการสัมภาษณ์ผู้เรียนที่ใช้ในการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม เพื่อนำ ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปปรับปรุงต่อไป

สิ่งที่พึงระวังในการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่มมี ดังนี้

1) ผลของคะแนนที่ได้จากการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม E_1/E_2 เกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80 การหาค่า ประสิทธิภาพของ E_1/E_2 ในการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม ไม่ควรสูงกว่าเกณฑ์หรือเท่ากับเกณฑ์ แต่ควรต่ำกว่าเกณฑ์ 10% ของเกณฑ์ที่กำหนดไว้ กรณีกำหนดเกณฑ์ไว้ 80/80 ต้องต่ำกว่าเกณฑ์ในการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม E_1/E_2 ควร ได้ 70/70 เช่นเดียวกับการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว ถ้า E_1/E_2 คะแนนการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่มที่ได้ต่ำกว่า เกณฑ์ หรือสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หรือเท่ากับเกณฑ์ ควรปรับปรุงเนื้อหา กิจกรรมระหว่างเรียน และแบบทดสอบหลังเรียน ให้ดีขึ้นกว่าเดิม

2) ผลของคะแนนที่ได้จากการทดสอบประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อการปรับปรุงเนื้อหา กิจกรรมระหว่างเรียน และแบบทดสอบหลังเรียน สำหรับผู้เขียนจะพิจารณาผลการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว และแบบกลุ่มเพิ่มขึ้นด้วย โดย พิจารณาถึงช่วงความแตกต่างของผลเฉลี่ยคะแนนกิจกรรมระหว่างเรียนโดยรวม (E_1) กับผลเฉลี่ยคะแนนทดสอบหลังเรียน โดยรวม (E_2) ไม่ควรแตกต่างกันมาก เช่น E_1 70/ E_2 78 ต่างจากกัน -8% แสดงว่า แบบทดสอบหลังเรียนง่ายขึ้น แต่ กิจกรรมระหว่างเรียนยากไป โดยเฉลี่ยไม่ควรเกิน $\pm 2.5\%$ ก็ควรปรับปรุงแบบทดสอบหลังเรียนให้ยากขึ้น หรือปรับกิจกรรม



ระหว่างเรียนให้สูงขึ้น การทดสอบประสิทธิภาพ E_1/E_2 ควรคำนึงถึงช่วงระหว่างคะแนนของกิจกรรมระหว่างเรียนกับคะแนนของการทดสอบหลังเรียน

3) ระหว่างที่ผู้เรียนเรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล ควรทำการสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนเพื่อปรับปรุงสื่อหรือชุดการสอนทางไกลต่อไป การสัมภาษณ์ในการทดลองประสิทธิภาพแบบเดี่ยวและแบบกลุ่มอาจจะใช้แบบสัมภาษณ์ฉบับเดียวกันเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง หัวข้อสัมภาษณ์จะเป็นเรื่องคุณภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกลเพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงต่อไป

4) กลุ่มผู้เรียนหรือนักศึกษาที่นำมาเป็นกลุ่มทดลองในการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม จะไม่นำมาเป็นกลุ่มทดลองในการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม

5.1.3 การทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม หลังจากปรับปรุงสื่อและชุดการสอนทางไกลเรียบร้อยแล้ว จะนำสื่อและชุดการสอนทางไกลไปทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนามกับผู้เรียนจำนวน 30 คน ในระหว่างการทดสอบประสิทธิภาพให้สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556, น.15) ได้กำหนดการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม หมายถึง การทดสอบประสิทธิภาพ 1 : 100 หมายถึง ผู้สอน 1 คน ทำการทดสอบประสิทธิภาพกับผู้เรียนทั้งชั้นหรือทั้งห้องเรียน หรือใช้กับผู้เรียนจำนวน 30 คน ก็ได้

หลังจากผู้เรียนทั้ง 30 คน ได้เรียนจากสื่อหรือชุดการสอนทางไกลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็จะมีการสอบถามความคิดเห็น หรือความพึงพอใจ ด้วยแบบสอบถามสิ่งที่ควรสอบถามผู้เรียน คือ คุณภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกล และผลที่ผู้เรียนได้รับจากการเรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล หลังจากนำคะแนนมาคำนวณการหาประสิทธิภาพ หากไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนดก็ควรปรับปรุง กิจกรรมระหว่างเรียน และแบบทดสอบหลังเรียนให้ดีขึ้น และนำไปทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนามกับผู้เรียนกลุ่มใหม่ ที่มีผลการเรียนคละกัน จนได้ค่าประสิทธิภาพถึงเกณฑ์ ในกรณีไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ อาจจะต้องทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนามซ้ำถึง 2-3 ครั้ง จำนวนผู้เรียนเพิ่มขึ้นจาก 30 คน จนถึง 100 คนก็ได้ ดังนั้น การทดสอบประสิทธิภาพภาคสนามจึงแทนด้วย 1 : 100

กรณีตัวอย่างการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลอาจนำกลุ่มผู้เรียนจำนวน 40 คน ที่เหลือจากการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยวนำออกไป 3 คน และจากการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่มนำออกไปอีกจำนวน 10 คน ก็จะเหลือผู้เรียนที่จะทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนามอีก 27 คน ก็ทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนามได้ ถึงแม้จะมีผู้เรียนไม่ถึง 30 คน ในการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนามค่าประสิทธิภาพได้ E_1/E_2 ควรเท่ากับเกณฑ์ที่กำหนด การกำหนดเกณฑ์หรือตั้งเกณฑ์ไว้ 80/80 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 ไม่ควรเกิน + 2.5% หรือต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 ไม่ควรเกิน -2.5% ผลการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนามจะต้องระบุว่าสื่อหรือชุดการสอนทางไกลนั้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จะรายงานผลการทดสอบประสิทธิภาพว่าไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ไม่ได้ หากผลการทดสอบไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ก็ควรปรับปรุง กิจกรรมระหว่างเรียน และแบบทดสอบหลังเรียน และทำการหาประสิทธิภาพกับผู้เรียนกลุ่มใหม่ จนได้ค่าประสิทธิภาพเท่ากับเกณฑ์กำหนด จึงจะหยุดการทดสอบประสิทธิภาพ และนำสื่อหรือชุดการสอนทางไกลไปใช้ในการสอนจริง เพื่อทำการทดสอบประสิทธิภาพในการสอนจริงต่อไป

สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม มีดังนี้

1) ผู้เรียนในการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม ต้องมีผลการเรียนคละกัน กล่าวคือ มีผลการเรียนดีหรือเก่งปานกลาง และอ่อน กรณีที่ผู้เรียนมีผลการเรียนเก่งมีจำนวนมาก ปานกลาง และอ่อนมีจำนวนน้อย ก็ควรคัดเลือกผู้เรียนที่มีผลการเรียนปานกลางมาแทนที่ผู้เรียนที่มีผลการเรียนเก่ง จะทำให้สื่อหรือชุดการสอนทางไกลเหมาะสมกับผู้เรียนที่มีผลการเรียนเก่งอย่างเดียวเป็นไปไม่ได้ โดยธรรมชาติความเป็นจริง ผู้เรียนมีทั้งระดับเก่ง ปานกลาง และอ่อน

2) หากประสิทธิภาพที่ได้สูงกว่าเกณฑ์เกิน + 2.5% ให้ปรับเกณฑ์ไปอีกหนึ่งขั้น เช่น กำหนดเกณฑ์ไว้ 80/80 แต่ประสิทธิภาพที่ได้ คือ 84/85 ก็ปรับเกณฑ์ที่กำหนดไว้เป็น 85/85 ในกรณีประสิทธิภาพที่ได้ต่ำกว่าเกณฑ์เกิน -2.5% จะต้อง

ปรับเกณฑ์เช่นกัน กำหนดเกณฑ์ไว้ 80/80 แต่ประสิทธิภาพที่ได้ คือ 76/75 ก็ปรับเกณฑ์ที่กำหนดไว้เป็น 75/75 แต่การปรับเกณฑ์ที่กล่าวแล้วนั้น ไม่ใช่การแก้ปัญหาที่ดี ควรจะไปปรับปรุงทั้งกิจกรรมระหว่างเรียน และแบบทดสอบหลังเรียนใหม่ และทำการทดสอบประสิทธิภาพจนได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้จะต้องทำถึง 2-3 ครั้ง หรือมากกว่าหลายครั้ง จนได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

3) ในระหว่างทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม ควรได้มีการสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน หรือมีการสัมภาษณ์ร่วมด้วย แต่ที่สำคัญต้องมีการสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้เรียนที่เรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกล

5.2 การทดสอบประสิทธิภาพในการสอนจริง เป็นการนำสื่อหรือชุดการสอนทางไกลไปทดลองใช้ในสถานการณ์จำลองหรือสถานการณ์จริง ซึ่งอาจลดจำนวนผู้เรียนให้เหลือเพียง 30 คน ทำการทดสอบประสิทธิภาพใน 1 ภาคการศึกษา นำผลที่ได้จากการคำนวณหาประสิทธิภาพในการสอนจริง และผลจากการสอบถามความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของผู้เรียน ไปปรับปรุงสื่อหรือชุดการสอนทางไกล และนำเสนอต่อไป

6. การยอมรับประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกล

การยอมรับประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้จึงยอมรับ เมื่อประสิทธิภาพนั้น เท่ากับเกณฑ์ที่กำหนด สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไม่เกิน +2.5% และต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไม่เกิน -2.5%

การยอมรับประสิทธิภาพจะยอมรับในการทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น ในขั้นตอนของการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม และการทดสอบประสิทธิภาพในการสอนจริง

ดังนั้น ระดับประสิทธิภาพที่ทำการยอมรับจึงมี 3 ระดับ คือ

1) เท่ากับเกณฑ์ที่กำหนด เช่น เกณฑ์ที่กำหนดไว้ $E_1/E_2 = 80/80$ ผลคะแนนกิจกรรมระหว่างเรียนได้ 80% ต่อผลคะแนนทดสอบหลังเรียนได้ 80% เช่นกัน เป็นการยอมรับประสิทธิภาพ

2) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแต่ไม่เกิน +2.5% เช่น เกณฑ์ที่กำหนดไว้ $E_1/E_2 = 80/80$ แต่ E_1/E_2 ได้ 82.25/81.50 สรุปได้ว่า มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เป็นการยอมรับประสิทธิภาพ

3) ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแต่ไม่เกิน -2.5% เช่น เกณฑ์ที่กำหนดไว้ $E_1/E_2 = 80/80$ แต่ E_1/E_2 ได้ 78.00/79.50 สรุปได้ว่า มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เป็นการยอมรับประสิทธิภาพ

การที่ยอมรับประสิทธิภาพว่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไม่เกิน +2.5% และต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไม่เกิน -2.5% เนื่องจากในการทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม หรือการทดสอบประสิทธิภาพในการสอนจริง อาจเกิดสภาพการณ์ที่แปรปรวน ทำให้การทำการกิจกรรมระหว่างเรียน และการทดสอบหลังเรียนของผู้เรียน ทำได้ไม่เต็มที่จากการรบกวนจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ฝนตก มีพายุฟ้าคะนอง มีเสียงดังรอบๆ ห้องเรียน อุณหภูมิในห้องเรียนร้อนมาก ฯลฯ สถานการณ์เหล่านี้ไม่สามารถแก้ไข จึงเป็นบรรยากาศไม่ดีสำหรับการทดสอบประสิทธิภาพ จึงอนุโลมให้มีความคลาดเคลื่อนหรือความแปรปรวนในการทดสอบประสิทธิภาพได้ไม่เกิน .05 (ร้อยละ 5) จากช่วงต่ำไปสูง ± 2.5 ดังนั้น ผลลัพธ์ของค่า E_1 หรือ E_2 ที่ถือว่าเป็นไปตามเกณฑ์มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ไม่เกิน 2.5% และสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ไม่เกิน 2.5%

นอกจากนี้ หากสื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่ออกแบบและพัฒนาอย่างมีคุณภาพ ค่า E_1 หรือ E_2 ที่คำนวณได้จากการทดสอบประสิทธิภาพจะต้องใกล้เคียงกัน และห่างไม่เกิน 5% ถ้าคะแนน E_1 หรือ E_2 ห่างกันเกิน 5% แสดงว่ากิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำง่าย หรือค่า E_2 มากกว่าค่า E_1 เกินกว่า 5% แสดงว่าการทดสอบหลังเรียนง่ายกว่ากิจกรรมระหว่างเรียน จึงต้องทำให้คะแนนกิจกรรมระหว่างเรียนและคะแนนทดสอบหลังเรียนใกล้เคียงกัน และไม่ห่างกว่ากัน 5% หรือร้อยละ 5 คะแนนประสิทธิภาพ E_1 กับ E_2 มีความสำคัญ ดังนี้ (1) เป็นตัวชี้ที่จะยืนยันได้ว่าผู้เรียนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่อเนื่องตามลำดับขั้น ก่อนจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขั้นสุดท้าย (2) เป็นการประกันได้ว่าผู้เรียนมีความรู้จริง ไม่ใช่ทำกิจกรรม

หรือทำข้อสอบได้เพราะการเดา ซึ่งจะเปรียบเทียบได้จากคะแนนทั้งคู่คือ กิจกรรมระหว่างเรียน (E_1) กับคะแนนสอบหลังเรียน (E_2) และ (3) ผลลัพธ์ของ E_1/E_2 จะเป็นการยืนยันว่ากระบวนการมีการเปลี่ยนแปลง เมื่อเปรียบเทียบกับผู้เรียนด้วยกัน เช่น ผู้เรียน (ก) ได้คะแนนประสิทธิภาพ $E_1/E_2 = 82.50/78.50$ ผู้เรียน (ข) ได้คะแนนประสิทธิภาพ $E_1/E_2 = 78.50/82.50$ แสดงให้เห็นว่าผู้เรียน (ก) มีคะแนนกิจกรรมระหว่างเรียนตลอดปี มีลักษณะนิสัยในการเรียนดีกว่าผู้เรียน (ข) จะเห็นได้ว่าการตัดสินใจผลการเรียนจากคะแนนสอบหลังเรียนอย่างเดียวไม่ได้

7. การคำนวณหาประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล

วิธีการคำนวณหาประสิทธิภาพกระทำได้ 2 วิธี คือ โดยใช้สูตร และโดยการคำนวณธรรมดา (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2520, น.136-137 และ 2526, น.10)

7.1 โดยใช้สูตร มีดังนี้

$$E_1 = \frac{\sum x}{N \times 100} \text{ หรือ } \frac{X}{A} \times 100$$

เมื่อ E_1 คือ ประสิทธิภาพของกระบวนการ

$\sum x$ คือ คะแนนรวมของกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำ

A คือ คะแนนระดับของกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำทุกชิ้นรวมกัน

N คือ จำนวนผู้เรียน

$$E_2 = \frac{\sum F}{N \times 100} \text{ หรือ } \frac{F}{B} \times 100$$

เมื่อ E_2 คือ ประสิทธิภาพของผลลัพธ์

$\sum F$ คือ คะแนนรวมของผลลัพธ์ของการประเมินหลังเรียน

B คือ คะแนนเต็มของการประเมินหลังเรียนทุกหน่วยหรือทุกหัวเรื่องรวมกัน

N คือ จำนวนผู้เรียน

7.2 โดยใช้วิธีการคำนวณโดยไม่ใช้สูตร

สำหรับ E_1 คือ ค่าประสิทธิภาพกระบวนการของกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำ โดยนำคะแนนกิจกรรมและงานทุกชิ้นของผู้เรียนในแต่ละกิจกรรมแต่ละคนมารวมกัน แล้วหาค่าเฉลี่ยและเทียบส่วนร้อยเพื่อหาค่าร้อยละ

สำหรับ E_2 คือ ค่าประสิทธิภาพผลลัพธ์ของการประเมินหลังเรียน หรือการทดสอบหลังเรียน กระทำได้โดยการนำคะแนนจากแบบทดสอบหลังเรียนทั้งหมดรวมกัน แล้วหาค่าเฉลี่ย แล้วเทียบส่วนร้อยเพื่อหาค่าร้อยละ

8. ปัญหาการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล

การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลเป็นเรื่องสำคัญในระบบการศึกษาทางไกลไม่ว่าจะเป็นแผน มสธ. 2524 หรือแผน มสธ. ปัจจุบัน เมื่อการผลิตสื่อหรือชุดการสอนทางไกลแล้วเสร็จ จะต้องนำสื่อหรือชุดการสอนทางไกลนำไปทดสอบประสิทธิภาพ ปัญหาการทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลมี ดังนี้

8.1 การแปลผลหรือตีความการทดสอบประสิทธิภาพที่ผิด ซึ่งพบว่า จะมีมากมายเล่ม หรือหลายงานวิจัย ที่ใช้กระบวนการทดสอบประสิทธิภาพ (E_1/E_2) โดยกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพไว้ 80/80 ตัวอย่าง เช่น ผลของการทดสอบประสิทธิภาพได้ 88/90 สรุปผลว่า สื่อหรือชุดการสอนทางไกลมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์กำหนด หรือสรุปผลว่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก การที่สื่อหรือชุดการสอนทางไกลไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แสดงว่าการออกแบบเนื้อหา กิจกรรมระหว่างเรียน และการทดสอบหลังเรียนง่ายไปสำหรับผู้เรียนทำให้ทำกิจกรรมระหว่างเรียนและการทดสอบ

หลังเรียนได้คะแนนสูงมาก ยังไม่ได้คุณภาพ ต้องนำไปปรับปรุง นำไปทดลองใหม่ให้มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

8.2 การทดสอบประสิทธิภาพสื่อและชุดการสอนทางไกล กรณีที่ผลิตขึ้นในหลายหน่วย หรือหลายเรื่อง ผลการค้นพบการทดสอบประสิทธิภาพควรรายงานในรายหน่วยหรือรายเรื่อง แต่กลับรายงานผลการทดสอบประสิทธิภาพโดยรวม E_1/E_2 โดยไม่มีการแสดงค่าประสิทธิภาพ E_1/E_2 ในรายหน่วย หรือรายเรื่อง ซึ่งไม่ถูกต้องจะทราบได้อย่างไร ว่าหน่วยไหน เรื่องไหนมีประสิทธิภาพ หรือไม่มีประสิทธิภาพ ควรจะเสนอภาพรวมทุกหน่วยและทุกเรื่องมารวมกันทำได้ แต่ควรนำเสนอประสิทธิภาพในรายหน่วยและรายเรื่องประกอบด้วย

8.3 ความเข้าใจผิดว่า E_1 หมายถึง คะแนนสอบหลังเรียนรายหน่วย ส่วนค่า E_2 หมายถึง คะแนนสอบไล่หรือสอบรวมทั้งหมด จึงไม่มีคะแนนของกิจกรรมระหว่างเรียนปรากฏในผลการทดสอบประสิทธิภาพ ผู้พัฒนาการทดสอบประสิทธิภาพ ศาสตราจารย์ ดร.ชัยยงค์ พรหมวงศ์ ได้กำหนดค่า E_1 หมายถึง กิจกรรมระหว่างเรียน ส่วนค่า E_2 หมายถึง การทดสอบหลังเรียน เนื่องด้วยกระบวนการประเมินผลการเรียนของผู้เรียนจะประเมินเฉพาะการทดสอบหลังเรียน แล้วตัดสินผลการเรียนของผู้เรียนว่าผ่านหรือไม่ผ่าน หรือผ่านอยู่ในระดับเกรดใด ควรได้มีการประเมินกิจกรรมระหว่างเรียนหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำด้วย ถึงจะเป็นการตัดสินผลการเรียนของผู้เรียนที่มีความยุติธรรม เพราะในระหว่างเรียนผู้เรียนตั้งใจเรียนทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายเป็นอย่างดี แต่ในระหว่างสอบผู้เรียนอาจมีปัญหาที่บ้าน หรือกับเพื่อนผู้เรียนด้วยกัน ฯลฯ ทำให้ทำคะแนนสอบหลังเรียนไม่ดีหรือไม่ผ่าน

นอกจากนี้ การประเมินในอนาคตจะเสนอผลการประเมินเป็นเลขสองตัว คือ E_1 กับ E_2 คือ กิจกรรมระหว่างเรียนจะทำให้ผู้อ่านผลการประเมินทราบลักษณะนิสัยของผู้เรียน มีการทำงานอย่างต่อเนื่อง คงเส้นคงวาหรือไม่ (ดูจากค่า E_1 คือ กระบวนการ) กับการทำงานสุดท้ายว่าคุณภาพมากน้อยเพียงใด (ดูจากค่า E_2 คือ ผลลัพธ์) (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2556, น.11) ดังนั้น E_1 หมายถึง คะแนนกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำระหว่างเรียน ส่วน E_2 หมายถึง คะแนนทดสอบหลังเรียน

8.4 การประเมินประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลควรดำเนินการใน 3 ประการ ดังนี้ (1) การหาประสิทธิภาพ ทวิผล คือ กระบวนการ (กิจกรรมระหว่างเรียน) ควบคู่กับผลลัพธ์ (แบบทดสอบหลังเรียน) E_1/E_2 เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนที่เป็นกระบวนการ และผลการเรียนที่เป็นผลลัพธ์ (2) การหาพัฒนาการทางการเรียนหรือความก้าวหน้า คือ ผู้เรียนมีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และ (3) การหาความพึงพอใจหรือความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อสื่อหรือชุดการสอนทางไกล ปัญหาที่พบ คือ รายงานผลเฉพาะการประเมินประสิทธิภาพ E_1/E_2 และความก้าวหน้าทางการเรียนของผู้เรียนจะไม่ทำการศึกษาถึงความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของผู้เรียน ย่อมทำไม่ได้ เป็นไปได้ที่ว่าสื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และผู้เรียนก็มีความก้าวหน้าเพิ่มขึ้น แต่เป็นไปได้ดีที่ผู้เรียนไม่ต้องการ หรือไม่ประสงค์ที่จะเรียนด้วยสื่อหรือชุดการสอนทางไกลแบบนี้ก็ได้ ดังนั้น ควรได้ศึกษาถึงความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของผู้เรียนเป็นสำคัญด้วย

8.5 การตั้งเกณฑ์หรือกำหนดเกณฑ์ไว้ต่ำ เพื่อให้สื่อหรือชุดการสอนทางไกลมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นวิธีการไม่ถูกต้อง พบเสมอว่า สื่อหรือชุดการสอนทางไกลที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นพุทธศาสน์วัดความรู้ความเข้าใจ แต่ตั้งเกณฑ์เพียง $E_1/E_2 = 70/70$ ซึ่งจะทำให้เกิดผลเสียกับสื่อหรือชุดการสอนทางไกลว่าง่ายเกินไป พบได้ว่าผู้พัฒนาหรือผู้ผลิตบางคนกำหนดเกณฑ์ต่ำไว้ ดังนั้น ควรกำหนดเกณฑ์ตามหลักการโดยยึด (1) ประเภทของเนื้อหาเป็นหลักสำคัญ (2) ตามเกณฑ์ที่ผู้พัฒนาการทดสอบประสิทธิภาพ กำหนดเกณฑ์ไว้ในระดับสูงสุดจนถึงต่ำสุด คือ 90/90 85/85 80/80 และ 75/75 ไว้เป็นแนวปฏิบัติ

8.6 มีเฉพาะการทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น ไม่มีการทดสอบประสิทธิภาพการสอนจริง โดยขั้นตอนของการทดสอบประสิทธิภาพจะมี 2 ขั้นตอนใหญ่ คือ (1) ขั้นตอนทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้น ซึ่งควรดำเนินการ ทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม และแบบภาคสนาม หลังจากมีการปรับปรุงสื่อหรือชุดการสอนทางไกลในการทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้นแต่ละขั้นตอนมาแล้ว ก็ดำเนินการ (2) ขั้นตอนทดสอบประสิทธิภาพการสอนจริง ดังนั้น ควรดำเนินการทดสอบ



ประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลให้ครบทั้ง 2 ขั้นตอน แต่มีข้อยกเว้นในกรณีที่การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล นำไปทดสอบประสิทธิภาพการสอนจริงจะต้องใช้ระยะเวลายาวนาน และมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง จึงทำเฉพาะการทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้นเพียงอย่างเดียว ย่อมทำได้ การทดสอบประสิทธิภาพเป็นกระบวนการสำคัญในการตรวจสอบคุณภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกล ดังนั้น การนำวิธีการทดสอบประสิทธิภาพมาใช้ควรจะทำให้ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดในการดำเนินการหาประสิทธิภาพอย่างถ่องแท้ จะทำให้ได้ผลของการหาประสิทธิภาพที่ถูกต้องและครบถ้วน

บทสรุป

การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกลเป็นกระบวนการหาคุณภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกล โดยใช้ 2 ขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพการเบื้องต้น โดยทำการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม และแบบภาคสนาม และการทดสอบประสิทธิภาพการสอนจริง ในการหาประสิทธิภาพควรดำเนินการใน 3 ประการ คือ (1) การหาประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนทางไกล โดยศึกษากิจกรรมระหว่างเรียนหรืองานที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำ E_1 จึงหมายถึงกระบวนการ คือ กิจกรรมระหว่างเรียน E_2 หมายถึง ผลลัพธ์ คือ การทดสอบหลังเรียน (2) การหาพัฒนาการหรือความก้าวหน้าของผู้เรียนเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญ และ (3) การหาความพึงพอใจหรือความคิดเห็นของผู้สอนและผู้เรียนที่มีต่อสื่อหรือชุดการสอนทางไกล การกำหนดเกณฑ์การทดสอบประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกลขึ้นอยู่กับประเภทของเนื้อหาในสื่อหรือชุดการสอนทางไกล โดยเริ่มจากสูงสุดแล้วลดต่ำลงมา คือ 90/90 85/85 80/80 และ 75/75 การยอมรับประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนทางไกล จะยอมรับเมื่อเท่ากับเกณฑ์ที่กำหนด สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ไม่เกิน +2.5% และต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ไม่เกิน -2.5%

บรรณานุกรม

- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2520). *ระบบสื่อการสอน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. *วารสารศิลปศาสตร์วิจัย*, 5(1), 7-20.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). ชุดการสอนรายบุคคล. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อการศึกษาพัฒนาสรร* หน่วยที่ 4. นนทบุรี: สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และวาสนา ทวีกุลทรัพย์. (2542). ชุดการสอนทางไกล. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อการศึกษาพัฒนาสรร* หน่วยที่ 5. นนทบุรี: สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วาสนา ทวีกุลทรัพย์. (2553). *การพัฒนาชุดการสอนแบบอิงประสบการณ์ เรื่อง การทดสอบประสิทธิภาพ* (รายงานการวิจัย). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วาสนา ทวีกุลทรัพย์. (2554). การประเมินและการทดสอบประสิทธิภาพสื่อการสอน. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อกับการศึกษาขั้นพื้นฐาน* หน่วยที่ 15. นนทบุรี: สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Received: 20-10-2020

Revised: 05-01-2021

Accepted: 14-01-2021

การสื่อสารทางการตลาดผ่านการตลาดเชิงกิจกรรมสมัยใหม่เพื่อความยั่งยืนขององค์กร Marketing Communication through Modern Event Marketing toward Organization Sustainability

ณัฐชา ชำรงโชติ¹

Natcha Thumrongchot

thumrongchotnatcha@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดผ่านการตลาดเชิงกิจกรรมสมัยใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งการใช้การตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าในวันมีความแพร่หลาย แต่ปัญหาที่จะต้องพิจารณา และวางแผนอย่างรอบคอบ คือ การสร้างการตลาดเชิงกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และสามารถเผยแพร่ข่าวสารแก่คนส่วนใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันพฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว กิจกรรมทางการตลาดมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา นักการตลาดในปัจจุบันจึงควรปรับใช้การตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งด้านรสนิยม กิจกรรม และการเลือกเปิดรับสื่อ การใช้การตลาดเชิงกิจกรรมจึงเป็นการเจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อให้องค์กรสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง อีกทั้งการสร้างคุณค่าของผู้บริโภคยุคใหม่จะเป็นจุดเปลี่ยนในการทำธุรกิจแบบผสมผสานผลประโยชน์ระหว่างธุรกิจกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน ซึ่งจะทำให้องค์กรธุรกิจสามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการตลาด, กิจกรรมทางการตลาด, ความยั่งยืนขององค์กร

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Abstract

This article aims to present marketing communication factors through modern event marketing that influence corporate sustainability. The use of event marketing to target customers is widespread but the problem that needs to be considered and planned carefully is to create event marketing in line with customer needs and effectively disseminate information to the majority. At the same time, consumer behavior has changed dramatically. Marketing activities are constantly dynamic. Today's marketers should implement event marketing in order to reach a wide range of customers who are different in terms of taste, activity, and media exposure. Applying event marketing is aimed at target consumers to allow the organization can truly meet their needs. Moreover, the creation of new consumer value will be a turning point in doing business that combines business benefits with economic, community, social and environmental development at the same time. This will enable business organizations to grow sustainably.

Keywords: Marketing communication, Event marketing, Corporate sustainability

บทนำ

การสื่อสารการตลาด คือ การที่องค์กรพยายามโน้มน้าวผู้บริโภคทั้งทางตรง และทางอ้อมเกี่ยวกับสิ่งที่จะเสนอขาย นักการตลาดต้องเข้าใจเลือกการสื่อสารการตลาดที่จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Rachmadhian & Chaerudin, 2019) นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอการบูรณาการการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย ดังนี้คือ (1) องค์กรจะต้องขายตรง โดยการโฆษณาสื่อข้อความให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย (2) การกำหนดนิยามใหม่ของการสื่อสารโดยให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และ (3) การนำข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการ (Chanchaen & Chanvichai, 2016) การตลาดเชิงกิจกรรมก่อให้เกิดความท้าทายมากขึ้นในแง่ของการสร้างการรับรู้สำหรับเหตุการณ์ต่างๆ เมื่อมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้น ในขณะเดียวกันการสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้าโดยองค์กรต่างๆ มีกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันเพื่อดึงดูดลูกค้า ดังนั้นนักการตลาดเชิงกิจกรรมต้องค้นหาวิธีการสร้างความแตกต่างระหว่างส่วนประสมทางการตลาด บทบาท และการสนับสนุนการผสมผสานการประชาสัมพันธ์ การผสมผสานการส่งเสริมการขายให้แตกต่างจากองค์กรอื่นๆ (Instapage, 2020)

วิวัฒนาการของการตลาด (Evolution of marketing) มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องมากกว่า 150 ปี (Claessens, 2018) สุพัตรา คำแหง, ศิวรัตน์ ณ ปทุม, และปริญ ลักษิตามาต (2561) ได้กล่าวว่า การดำเนินการตามแนวคิดด้านการตลาดสมัยใหม่ ไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังส่งผลดีต่อองค์กรอีกด้วย องค์กรสามารถประเมินการดำเนินงานของตนเพื่อพิจารณาว่า แผนก และระบบต่างๆ เช่น ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาดทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ หรือไม่ เพียงใด ในการตรวจสอบข้อมูล และผลลัพธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาด สิ่งเหล่านี้จะเน้นความสำคัญของความสัมพันธ์แบบบูรณาการระหว่างแผนก และความสามารถในการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคเพื่อให้แน่ใจว่าการบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพแนวคิดการตลาดสมัยใหม่มีดังนี้

1. แนวคิดการผลิต ก่อนที่องค์กรจะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้พวกเขาต้องผลิตสินค้าก่อน แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของปรัชญาที่ว่า ยังมีการผลิตสินค้ามากเกินไปโดยยังมีต้นทุนสำหรับผู้บริโภคน้อยลงเท่านั้น (Triebs, Saal, Arocena, & Kumbhakar, 2016)

2. แนวคิดของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่า ผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพสูงเพียงใดผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับราคา และประสิทธิภาพของสินค้าเป็นหลักก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2562)

3. แนวคิดการขาย เป็นการจัดการกับกระบวนการขายผลิตภัณฑ์ แนวคิดนี้เน้นความสำคัญของการขายผลิตภัณฑ์ให้ไ้มากที่สุดไม่ว่า จะตรงตามความต้องการของผู้บริโภค หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การปฏิบัติตามแนวคิดนี้เพียงอย่างเดียว ไม่ได้นำไปสู่ความสัมพันธ์ของผู้บริโภคในระยะยาว ความพึงพอใจ หรือการขายผลิตภัณฑ์ที่สม่ำเสมอให้กับลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่ต้องตระหนัก (พีเพิลมีเดีย, 2563)

4. แนวคิดทางการตลาด เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ แรงจูงใจทั้งหมดในการสร้างผลิตภัณฑ์ และการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค (Magamura, 2019)

5. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม เป็นแนวคิดที่กระตุ้นให้ธุรกิจคำนึงถึงสวัสดิภาพโดยรวมของผู้บริโภค ด้วยการปฏิบัติตามหลัก 3R's คือ (1) Re-fill การผลิตสินค้าชนิดเติม ทำให้ประหยัดวัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ (2) Re-use การผลิตสินค้าที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ซ้ำ หรือกลับมาใช้ประโยชน์อื่นได้ และ (3) Recycle การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ หรือพลาสติกที่ผลิตจากวัสดุที่ใช้แล้วนำมาผลิตใหม่ (Magamura, 2019)

การตลาดมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จากการตลาด 1.0 เป็นยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม การพัฒนาสินค้า ผู้ผลิตต้องการผลิตสินค้าให้มากที่สุดเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ต่อมา คือ การตลาด 2.0 ด้วยการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารให้มีความสำคัญกับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการมากขึ้น ลำดับถัดมา คือ การตลาด 3.0 เป็นยุคที่มีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคเข้าถึงเครื่องมือสื่อสารมากขึ้น ผู้บริโภคมีอำนาจการต่อรองมากขึ้นจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ และล่าสุด คือ การตลาด 4.0 เป็นยุคที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เต็มรูปแบบเพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์เกี่ยวกับตราสินค้าร่วมกัน (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2017) รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยโดยรัฐบาลไทยซึ่งมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ทั้งภาคอุตสาหกรรมที่จะหันมาใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้มากขึ้น รวมถึงการผลิตสินค้าที่เป็นเชิงนวัตกรรม ส่วนการตลาด 4.0 นั้นเป็นการตลาดในลักษณะที่ใช้เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่าย เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตราสินค้า เพิ่มยอดขาย และเพื่อประโยชน์ต่างๆ ซึ่งแนวคิดของทั้ง 2 แบบมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีเป้าหมายเดียวกัน คือ การใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภค (พิริยะ เงินศรีสุข และเสรี วงศ์มณฑา, 2563)

การตลาดเชิงกิจกรรม (Event marketing) เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน การตลาดเชิงกิจกรรม คือ งานจัดแสดงต่างๆ ที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดสื่อ และความสนใจจากลูกค้า อีกทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร (corporate image) และส่งเสริมการขายสินค้า หรือบริการ นักการตลาดใช้การตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าจากกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มยอดขาย และสร้างชื่อเสียงให้บริษัท (Sun, Zhai & Yang, 2020) การตลาดเชิงกิจกรรมประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ (ณรงค์รัฐ ร่วมพรภาณุ, 2559)

1. ประสบการณ์ตรงในการสัมผัสตราสินค้า (Brand Experience) ได้แก่ การออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ อัตลักษณ์ของตราสินค้า การสื่อสาร และสภาพแวดล้อมเพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเข้าใจเกี่ยวกับตราสินค้าในทุกมิติ (Marketingoops, 2016)

2. การส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย (Deliver any Message) อาจเป็นเรื่องของคุณสมบัติของสินค้า รวมทั้งการสนับสนุนการขาย (Sale promotion) ก็สามารถถ่ายทอดผ่านการตลาดเชิงกิจกรรมได้ (ศุภกิตติ์ โพธิ์สุวรรณ, 2561)

3. การดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเฉพาะส่วน (Gain More attention from Niche Targets) การตลาดเชิงกิจกรรมควรคำนึงถึงทิศทางที่ชัดเจนในการดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นหลังจากเลือกกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ควรศึกษาไลฟ์สไตล์ พฤติกรรม และสิ่งที่พวกเขาสนใจ เพื่อเลือกจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Pinchanokk, 2019)

4. การชักนำ สนับสนุน และขยายผลในการนำเสนอผ่านเครื่องมือ IMC (Lead, Support, Amplification for any

IMC Tools) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การตลาดเชิงกิจกรรมมีประสิทธิภาพ ประหยัดค่าใช้จ่าย และเพิ่มมูลค่าสู่กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น (ศุภกิตต์ โพธิ์สุวรรณ, 2561)

ข้อดีของการตลาดเชิงกิจกรรม คือ นักการตลาดสามารถจัดกิจกรรมได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการเฉลิมฉลองครบรอบ การจัดงานเปิดตัวสินค้า การจัดแข่งขัน การจัดการแสดงพิเศษ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การจัดงานมอบรางวัล กิจกรรมทางวิชาการก็สามารถใช้การตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจได้ เช่น การจัดการสัมมนา เสวนา และเปิดประเด็นเชื่อมโยงไปยังสินค้า หรือบริการ การจัดนิทรรศการ การจัดการประกวด เป็นต้น (กัญญ์ตรัตน์ เชิดเกียรติกุล, 2560)

กระบวนการในการพัฒนา กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้า หรือบริการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นได้ทั้งในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วมงาน หรือกลุ่มผู้สนับสนุน โดยรูปแบบของกิจกรรมที่ใช้ในการส่งเสริมการขายมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดงาน (Martketeer, 2019) ธุรกิจต้องวิเคราะห์ผลจากกิจกรรมที่จัดขึ้นเนื่องจากประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับส่งผลต่อความคาดหวัง ความประทับใจ และพฤติกรรมการซื้อ (ซัชพันธ์ เล็กเจริญ, 2559)

จากการศึกษาประสิทธิภาพของการใช้กิจกรรมเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรทางธุรกิจต่างๆ มีการใช้กิจกรรม และรูปแบบการสื่อสารหลายรูปแบบ การสื่อสารแบบโต้ตอบกันเป็นการตอบสนองต่อการตลาดสมัยใหม่ เครื่องมือสื่อสารเชิงโต้ตอบกันแสดงให้เห็นถึงความสามารถพิเศษที่มีอิทธิพลต่อผู้มีโอกาสที่จะเป็นลูกค้าภายใต้สภาวะที่ไม่หยุดนิ่งของเศรษฐกิจ เครื่องมือเหล่านี้ช่วยให้องค์กรต่างๆ สามารถปรับเปลี่ยนประสบการณ์ของลูกค้าได้ การนำเสนอสินค้า และบริการที่เป็นเอกลักษณ์จึงเข้าถึงผู้มีโอกาสเป็นลูกค้า การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดจึงก่อให้เกิดความจำเป็นในการมองหาวิธีการที่เหมาะสม (พิมลพรรณ จันทร์เจริญ และกิตติมา ชาญวิชัย, 2559)

การตลาดเชิงกิจกรรมจึงเป็นที่นิยมในการตลาดสมัยใหม่ เนื่องจากการยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง และเน้นสร้างความสนใจ และความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับผู้บริโภค กิจกรรมที่จัดขึ้นสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภค ซึ่งประสบการณ์นี้ยังส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคอีกด้วย ดังนั้น การตลาดเชิงกิจกรรมจึงถือเป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ของตราสินค้า (ซัชพันธ์ เล็กเจริญ, 2559) นอกจากนั้นแล้ว การสร้างเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบเดิมทำให้องค์กรมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น แต่การตลาดเชิงกิจกรรมช่วยให้องค์กรลดต้นทุนเนื่องจากสามารถระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะทำการตลาดได้ชัดเจน จึงสามารถเลือกกิจกรรมที่อยู่ในความสนใจของลูกค้าเป้าหมายได้ และหากเชิญสื่อมวลชนไปเยี่ยมชมกิจกรรม ถือเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยไม่เสียเงินอีกด้วย (Sorawit, 2016) การตลาดเชิงกิจกรรมช่วยเพิ่มยอดขายได้หากมีการจัดการส่งเสริมการขาย ณ บริเวณที่จัดงานไปพร้อมกันด้วย (กัญญ์ตรัตน์ เชิดเกียรติกุล, 2560) การตลาดเชิงกิจกรรมเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ค่อนข้างใหม่ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม และการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายในกระบวนการสื่อสารยังไม่ได้มีการศึกษาอย่างแพร่หลาย (Sun et al., 2020)

การตลาดได้มีวิวัฒนาการภายใต้การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ดังนั้นองค์กรต่างๆ ในปัจจุบันจึงต้องมีการปรับตัว (Chiangmaichamber, 2020) เพื่อความอยู่รอดในอนาคต องค์กรจะต้องเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางขับเคลื่อนตลาดที่มีขอบเขตทั่วโลก และต้องมีความยืดหยุ่น ความสามารถในการส่งมอบคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้กับลูกค้า การสื่อสารทางการตลาดหากองค์กรต้องการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดจะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ทางสังคม ความปรารถนา และความต้องการของสังคมซึ่งมีความแตกต่างกัน นอกจากวิธีการทางการตลาด และการขายแล้วยังมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันสมัย เช่น รูปแบบการตลาดดิจิทัล ลูกค้าเริ่มมีส่วนร่วมในกิจกรรมโต้ตอบร่วมกันเพิ่มการใช้อินเทอร์เน็ต ความเชื่อมโยงขององค์กรระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคเพิ่มขึ้น (Dadash, 2020)

องค์กรต่างๆ ควรสร้างความสมดุลให้กับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ควรระลึกไว้เสมอว่า นโยบาย และการตัดสินใจทางด้านการตลาดอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม (Matharu, Jain & Bulsara,

2020) การตลาดเชิงกิจกรรมที่เกิดจากการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ คือ เครื่องมือสื่อสารที่สามารถเพิ่มการติดต่อโดยตรงระหว่างองค์กรและผู้บริโภคได้ดีที่สุด เหตุผลหลัก คือ ประสบการณ์ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า และเพิ่มความเชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภค และตราสินค้า ผ่านการติดต่อแบบโต้ตอบโดยตรง ดังนั้นผลที่เกิดจากเหตุการณ์ทางการตลาดจึงมีความสำคัญ (Tafesse, 2016) ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดเชิงกิจกรรม และมูลค่าเชิงประสบการณ์นั้น กิจกรรมเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการตลาดที่ประสบความสำเร็จในขณะเดียวกันก็มีบทบาทตัวกระตุ้นในหลายๆ ด้าน เช่น การสร้างความนิยมของตราสินค้า การเพิ่มยอดขาย การสร้างแรงบันดาลใจให้กับลูกค้า การเปิดรับสื่อ การปรับปรุงความสัมพันธ์และความร่วมมือ (ปัทมา ภูวนศิลป์ และวสุธิดา นุริตมนต์, 2560) การตลาดเชิงกิจกรรมปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก กิจกรรมในรูปแบบการตลาดเชิงกิจกรรมจึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่เป็นจุดเด่นหลักในยุคปัจจุบันทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มีโอกาสสัมผัสกับสินค้าอย่างใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีหลากหลายมากขึ้น ทั้งในช่องทางการรับข่าวสาร รวมถึงระยะเวลา และความยากง่ายในการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Tourky, Alwi, Kitchen, Melewar & Shaalan, 2020)

คุณค่าตราสินค้ามีพื้นฐานมาจากการยอมรับของผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ ความชอบ ความมั่นใจในสินค้า และสามารถผลักดันให้ผู้บริโภคยอมที่จะเสียเงินในจำนวนที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้านั้นๆ (Qazzafi, 2019) จากการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม Ismailova, Abisheva, and Ismailova (2019) ได้ให้ความหมายของเหตุการณ์ว่า เป็นการเกิดขึ้นตามเวลา และสถานที่ที่ถูกกำหนดขึ้น หรือสร้างโอกาสพิเศษ รวมถึงเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้น กิจกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมมนุษย์เพื่อเข้าสู่สังคม การเฉลิมฉลอง และการทำธุรกิจทางการค้า รูปแบบการจัดกิจกรรมมีหลากหลายประเภท ได้แก่ กิจกรรมออนไลน์และออฟไลน์ การสัมมนาออนไลน์ (Web-based-seminar หรือ Webinar) อีเวนต์สภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual Environment Event) การไลฟ์สตรีม (Live streaming) การประชุม งานแสดงสินค้า คอนเสิร์ต งานแสดงศิลปะ งานประกาศผลรางวัล งานพบปะสังสรรค์ (Ismailova et al., 2019; Marketo, 2020)

ในด้านการสร้างชื่อเสียงให้องค์กรผ่านกิจกรรมทางการตลาดเป็นประเด็นหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากความสำเร็จของธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกับชื่อเสียงขององค์กรโดยตรง ชื่อเสียงในเชิงบวกจะช่วยดึงดูดความสนใจได้ง่าย และช่วยขยายโอกาสในการแข่งขันขององค์กรทุกด้าน อาทิ ความได้เปรียบในการดึงดูด และรักษาทรัพยากรที่มีค่าขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นด้านลูกค้า คู่ค้า และอื่นๆ ที่สนับสนุนให้องค์กรเติบโต และประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กร จึงถูกนำมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินงานขององค์กร (ศุภรักษ์ อธิคมสุวรรณ, 2559) ในขณะเดียวกันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว กิจกรรมทางการตลาดมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา นักการตลาดยุคปัจจุบันจึงต้องปรับตัวเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดอยู่เสมอ เนื่องจากต้องมีความพร้อมในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่แตกต่างกันทั้งด้านรสนิยม กิจกรรมที่ชื่นชอบ และการเลือกเปิดรับสื่อการใช้การตลาดเชิงกิจกรรม จะเป็นการเจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง เพราะรูปแบบของการจัดการตลาดเชิงกิจกรรมทำให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสสัมผัสกับสินค้าอย่างใกล้ชิด รวมถึงสามารถสร้างความรู้จัก และความประทับใจในตราสินค้าได้เป็นอย่างดี

การตลาดเชิงกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพสามารถเปลี่ยนทัศนคติของลูกค้าต่อตราสินค้าได้ นอกจากนี้ ยังสร้างการรับรู้ที่ดีต่อตราสินค้าอีกด้วย มีการศึกษาว่า การตลาดเชิงกิจกรรมที่สร้างความประทับใจที่ดีส่งผลต่อยอดขายสินค้า และการใช้บริการ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว (Sharafutdinova, Xametova, Novikova, Shnorr & Rolbina, 2020)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated marketing communication) คือ กระบวนการสื่อสารทางการตลาดที่นำเครื่องมือการสื่อสารรูปแบบต่างๆ มาใช้เพื่อจูงใจผู้บริโภค (ภัทรวดี เอี่ยมสุโขโชค, 2561) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และยังช่วยส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Pisicchio & Toaldo, 2020)

การตลาดในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตลอดเวลา การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นสินค้าใด สิ่งสำคัญที่สุด คือ การทำให้ลูกค้าได้มีโอกาสทดลองใช้สินค้า และมั่นใจในคุณสมบัติของสินค้า การจัดกิจกรรมทางการตลาดเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับผู้ประกอบการเพราะนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า หรือบริการแล้วยังเป็นการกระตุ้นยอดขาย หรือสร้างกระแสให้เกิดขึ้นในช่วงใดช่วงหนึ่งทำให้สินค้า หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นได้รับการกล่าวถึง การจัดกิจกรรมให้เป็นที่สนใจ และเป็นที่กล่าวขานกับทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สื่อมวลชน และสาธารณชนเพื่อแนะนำสินค้า เพื่อตอกย้ำความเหนียวแน่นกับลูกค้า และเพื่อบอกถึงการเปลี่ยนแปลงของกิจการขององค์กร ซึ่งเป็นวิธีการของการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) (Pritchard, Cook, Jones, Bason & Salisbury, 2020)

การตลาดเชิงกิจกรรมเป็นการบริหารการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing Management) เนื่องจากมีการเชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับผู้บริโภคด้วยวิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการการตลาด การดำเนินการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตและให้บริการ มีการศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะปรับปรุงสินค้า และบริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านต่างๆ เช่น การจัดการด้านการตลาดได้นำเอาโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นการศึกษาถึงสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการให้สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะเกิดการตอบสนองของผู้ซื้อ โดยอาศัยเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรทางการตลาดในการจัดการซึ่งสามารถใช้ร่วมกันเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องเพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายผู้ซื้อสินค้า และบริการได้เป็นอย่างดี (Kotler, 2019)

บทบาทของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปทำให้นักการตลาดจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนมุมมอง และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสตลาด การสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคยุคใหม่ด้วยการตลาดจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้องค์กรเกิดความยั่งยืนสำหรับการรักษาความสัมพันธ์ และสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ (ฐนิชา คงประดิษฐ์ และปรีชา คำมาตี, 2563) ดังนั้นบทบาทของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปทำให้นักการตลาดจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนมุมมอง และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสตลาด (Pongsakornrungsilp & Schroeder, 2017) ซึ่งในสังคมยุคโลกาภิวัตน์นี้การดำเนินธุรกิจจึงควรได้รับการประเมินในรูปแบบของความยั่งยืนผ่านมิติด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม (Afzal, Shao, Sajid, & Afzal, 2019) ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดนั้น งานด้านการสื่อสารการตลาด และการเรียนรู้เทคนิคการสื่อสารการตลาด และศึกษาการทำวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ ระบบสารสนเทศทางการตลาด เป็นเครื่องมือหนึ่งของการนำเสนอสารสนเทศเพื่อใช้สำหรับงานด้านการตลาดในส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และโปรแกรมทางการตลาดที่ดีจำเป็นต้องใช้สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้ขาย ตลอดจนผู้ที่มีบทบาทอื่นทางการตลาดด้วย เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประกอบได้ด้วย 5 เครื่องมือคือ (Pairroj, 2018)

1. การโฆษณา (advertising) การกระจายข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบริการผ่านสื่อประเภทต่างๆ อย่างรวดเร็ว เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น (The American Standard Association of advertising, 1998)
2. การขายโดยพนักงานขาย (personal selling) การติดต่อสื่อสารโดยตรงจากพนักงานขายไปยังลูกค้า ข้อดีของการขายโดยพนักงานขาย คือ ผู้ขายสามารถประเมินผลการรับสารของลูกค้าได้ทันที (Kotler, 2017)
3. การตลาดทางตรง (direct marketing) การทำการตลาดโดยตรงผ่านการส่งจดหมาย รวมทั้งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แคตตาล็อก การตลาดทางโทรศัพท์ เป็นต้น (Ladyzynski, Zbikowski, & Gawrysiak, 2019)
4. การประชาสัมพันธ์ (public relations) การทำการตลาดกับกลุ่มต่างๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกค้า เป็นต้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี หรือเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดบางประการ เครื่องมือสำหรับการประชาสัมพันธ์ก็มีหลากหลาย เช่น การเป็นผู้สนับสนุน (sponsorships) (Johnston & Sheehan, 2020)

5. การส่งเสริมการขาย (sales promotion) เป็นเครื่องมือระยะสั้นในการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นการขายแบบทันทีทันใด เช่น การสะสมยอด ของแถม สินค้าทดลอง (Kotler, 2017)

นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีการทำการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Marketing) ที่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า หรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว (มินินทร์ มุจจินทวัฒน์ และทรงพร หาญสันติ, 2563) และตรงจุดในต้นทุนที่ต่ำ และเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในส่วนของการขยาย และการโฆษณาได้มากขึ้น (Marrs, 2020)

ลูกค้ามีการรับรู้ถึงตราสินค้าผ่านเครื่องมือการสื่อสารหลายรูปแบบ รวมทั้งเทคนิคทางการตลาดที่หลากหลาย ดังนั้น บริษัท หรือองค์กรควรเลือกทำกิจกรรมเฉพาะส่วนที่คิดว่าจะส่งผลดีกับบริษัทมากที่สุด ในช่วงเวลาที่เหมาะสม หรือความนิยมในช่วงนั้นๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ และยอดขายสินค้า อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ คือ ความสอดคล้องกันระหว่างข้อความ หรือสารที่ส่งไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Nadube, 2018)

ความยั่งยืนขององค์กร หมายถึง การให้ความสำคัญกับการเติบโตในระยะยาวด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม (สร้อยณี อุเสินยาง, 2562) ในขณะที่ความยั่งยืนขององค์กรตระหนักว่า การเติบโตขององค์กร และความสามารถในการทำกำไรเป็นสิ่งสำคัญ ในขณะเดียวกันกำหนดให้องค์การดำเนินการตามเป้าหมายทางสังคม การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดที่สร้างสมดุลระหว่างความจำเป็นในการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม และความเท่าเทียมกันทางสังคม (Eshikumo & Odock, 2017) หลักการของการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องการแก้ปัญหาความยากจนซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศที่กำลังพัฒนา และความไม่เสมอภาคทางสังคม หลักความเสมอภาคทางสังคมนั้นกระบวนการทางการตลาดจะพิจารณาผลกระทบของการการดำเนินธุรกิจต่อชุมชน และการกระทำที่รับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ วิธีการของการตลาดอย่างยั่งยืนได้บูรณาการด้านวัตถุประสงค์ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจไว้ด้วยกัน (Cheba, Bak & Szopik-Depczynska, 2020)

การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด องค์กรที่มีการขับเคลื่อนทางการตลาดจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เกิดการปรับโครงสร้างของตลาด และใช้ประโยชน์จากจุดอ่อนของคู่แข่งเพื่อเป็นผู้นำตลาด การขับเคลื่อนทางการตลาดเป็นการพยายามที่จะกำหนดรูปแบบวิวัฒนาการของตลาดที่สามารถประสบความสำเร็จ โดยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยนวัตกรรม และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ช่วยให้้องค์การได้ประโยชน์จากโอกาสที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้ ซึ่งการขับเคลื่อนทางการตลาดจะทำให้ประสบความสำเร็จในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ นำไปสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินธุรกิจ (Tang, Givens, Xie & Raisanen, 2017) การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ และเกิดความยั่งยืนภายใต้สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก และการส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด ซึ่งการสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุกนั้นเป็นการมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ส่งเสริมให้มีการพัฒนาทักษะ และความสามารถของบุคลากรขององค์กรอย่างต่อเนื่อง (กานต์ธีรา พลบุตร, 2563)

การสื่อสารทางการตลาด และการทำการตลาดเชิงกิจกรรมนักรการตลาดสามารถจัดกิจกรรมได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นการจัดเฉลิมฉลองในวาระต่างๆ วันครบรอบฉลองยอดขายการจัดเปิดตัวสินค้า การแข่งขัน การมอบรางวัล การจัดขอบคุณลูกค้า การจัดแสดงพิเศษ แฟชั่นโชว์ คอนเสิร์ต ละครการกุศล การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเข้ามาแทนที่การตลาด แลก แจก แถม ทั้งนี้อาจเพิ่มเติมสีสันด้วยการแสดงบนเวที กิจกรรมบันเทิง การเล่นเกม การจัดมุมโปรโมชันในงาน โดยดึงดูดให้คนมาสนใจ (Sun et al., 2020) และร่วมกิจกรรมให้มากที่สุด เช่น การสัมมนาเสวนาเฉพาะด้าน หรือการเปิดประเด็นสามารถเชื่อมโยงไปยังสินค้า หรือบริการ การจัดนิทรรศการให้ความรู้ การแสดงความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมไปจนถึงการจัดแสดงสินค้าแล้วเป็นความหลากหลายของการจัดการตลาดเชิงกิจกรรมทั้งสิ้น อีกทั้งการตลาดเชิงกิจกรรมในปัจจุบันสามารถกระจายการจัดไปตามสถานที่ต่างๆ หลายจุดพร้อมกันได้ทั้งแหล่งชุมชนใหญ่ๆ ที่มีแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงพื้นที่ขนาดเล็ก การตลาดเชิงกิจกรรมจึงกลายมาเป็นสิ่งที่ควบคู่ไปกับการโฆษณาในปัจจุบันอย่างขาดไม่ได้ การตลาดเชิงกิจกรรมจะเกิดประสิทธิภาพอย่างยิ่งต้องทำควบคู่ไปกับการทำการส่งเสริมทางการตลาดที่เหมาะสม มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างจาก

คู่แข่ง (Sharafutdinova et al., 2020) การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับธุรกิจ ธุรกิจจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ และยังต้องสร้างบรรยากาศองค์การให้เป็นบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ไม่สิ้นสุด ทำให้เป็นบรรยากาศแห่งความคิดสร้างสรรค์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ไม่จำกัดอยู่กับสิ่งเดิมๆ และมีการพัฒนาแบบไม่หยุดนิ่ง สร้างบรรยากาศแห่งความเป็นพี่เป็นน้อง ความอบอุ่น ช่วยเหลือเกื้อกูล ซึ่งจะเป็นการผลักดันให้เกิดความร่วมมือสมัครสมานสามัคคีกันมากยิ่งขึ้น มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะทำให้การดำเนินงานของธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน (กานต์ธีรา พลบุตร, 2563)

ดังนั้นในด้านการทำการตลาดเชิงกิจกรรมนับว่า เป็นภารกิจที่ท้าทายความสามารถของนักการตลาดในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ดังจะเห็นได้ว่า กิจกรรมทางการตลาดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นสามารถสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภค ทำให้เกิดกระแสของการแข่งขันการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อฉีกแนวออกจากการจัดกิจกรรมแบบเดิมๆ การสื่อสารทางการตลาดผ่านการตลาดเชิงกิจกรรมสมัยใหม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนขององค์การ ทำให้องค์การธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน

บทสรุป

การตลาดเชิงกิจกรรมเป็นเครื่องมือทางการตลาดแนวใหม่ที่มีประสิทธิภาพ สามารถเปลี่ยนทัศนคติของลูกค้าต่อตราสินค้า สร้างการรับรู้ที่ดีต่อตราสินค้า กระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าจากกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มยอดขาย และสร้างชื่อเสียงให้บริษัท อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาวอีกด้วย ดังนั้น การทำการตลาดยุคใหม่ควรมุ่งให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยการสร้างเอกลักษณ์ สร้างความแตกต่างระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และผสมผสานการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายให้แตกต่างจากองค์การอื่นๆ นอกจากนี้ นักการตลาดในปัจจุบันควรปรับใช้การตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคมีความแตกต่างกันทั้งด้านรสนิยม กิจกรรม และการเลือกเปิดรับสื่อ องค์การจะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนภายใต้สภาวะการที่เปลี่ยนแปลงไป การใช้การตลาดเชิงกิจกรรมจึงเป็นการเจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อให้้องค์การสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- กัญญ์ตรัตน์ เชิดเกียรติกุล. (2560). การศึกษากระบวนการสื่อสารตลาดเชิงกิจกรรม กรณีศึกษา Cheeze Market. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- กานต์ธีรา พลบุตร. (2563). ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร: การศึกษาเชิงประจักษ์ของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 12(3), 128-146.
- ซัชชพันธ์ เล็กเจริญ. (2559). การตลาดเชิงประสบการณ์กับความภักดีของผู้บริโภคในการชมการแสดงทอล์คโชว์. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ฐนิชา คงประดิษฐ์ และปรีชา คำมาตี. (2563). การสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคยุคใหม่ด้วยการตลาดเพื่อสังคม: ความยั่งยืนขององค์กรในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารสถาบันวิจัยพัฒนธรรม*, 6(2), 81-92.

- ณรงค์รัฐ ร่วมพรภาณุ. (2559). อิทธิพลของการตลาดเชิงกิจกรรม (Event marketing) ต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เกม Dota 2 และ League of Legends. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2563, จาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2093>
- ปัทมิตา ภูวัฒนศิลป์ และวสุธิดา นุริตมนต์. (2560). การตลาดเชิงประสบการณ์และคุณภาพความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าเบเกอรี่ร้านเอสแอนด์พีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *สุทธิปริทัศน์*, 31(100), 58-71.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2562). แนวคิดของผลิตภัณฑ์ 4.0. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/218136>
- พิมลพรรณ จันทร์เจริญ และกิตติมา ชาญวิชัย. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการตลาดของสถาบันแนะแนว การศึกษาต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ [ฉบับพิเศษ]. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร*, 11, 73-86.
- พิริยะ เงินศรีสุข และเสรี วงศ์มณฑา. (2563). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลสำหรับ นักท่องเที่ยว 4.0. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(34), 316-324.
- พีเพิลมีเดีย. (2563). รู้จัก 5 Marketing Concept แนวความคิดทางการตลาด โอกาสของผู้ประกอบการก้าวสู่ความสำเร็จ. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2563, จาก <https://cheechongruay.smartsme.co.th/content/25341>
- ภัทรวดี เอี่ยมสุโข. (2561). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ของพนักงานสถานีวิจัยโทรคมนาคมไทยทีวีสีช่อง 3. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2563, จาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3911/1/pattarawadee.iams.pdf>
- มนินทร์ มุจจินทวัฒน์ และทรงพร หาญสันติ. (2563). ปัจจัยทางการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Marketing) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 12(1), 241-250.
- ศุภกิตต์ โพธิ์สุวรรณ. (2561). กลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ที่ส่งผลต่อการเลือกเล่นกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Sport) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา เกม ROV (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- ศุภรักษ์ อธิคมสุวรรณ. (2559). แปรนัยทรัพยากรมนุษย์: สื่อกกลางของการสร้างชื่อเสียงและความยั่งยืนขององค์กร. *วารสาร มทรส. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 1(2), 246-254.
- สุพัตรา คำแหง, ศิวารัตน์ ณ ปทุม, และปริญ ลักขิตามาต. (2561). รูปแบบของปัจจัยความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ของผู้ประกอบการใหม่สู่ประเทศไทย 4.0. *วารสารธรรมศาสตร์*, 37(1), 1-18.
- สร้อยณี อุเสินยาง. (2562). จริยธรรมทางธุรกิจ: แนวทางในการจัดการธุรกิจสู่ความยั่งยืน. *วารสาร อัล-ฮิกมะฮ์ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี*, 9(18), 225-235.
- Afzal, F., Shao, Y., Sajid, M., & Afzal, F. (2019). Market Sustainability: A Globalization and Consumer Culture Perspective in the Chinese Retail Market. *Sustainability*, 11(575), 1-24.
- Chancharoen, P., & Chanvichai, K. (2016). An Integrated Marketing Communications Strategies for Marketing Promotion in International Education Agencies in Chiang Mai Province [special issue]. *Journal of Business, Economics and Communications*, 11, 73-86.
- Cheba, K., Bak, I., & Szopik-Depczynska, K. (2020). Sustainable Competitiveness as a New Economic Category– Definition and Measurement Assessment. *Technological and Economic Development of Economy*, 26(6), 1399–1421.

- Chiangmaichamber. (2020). *กลยุทธ์การตลาด 4.0*. Retrieved December 23, 2020, from <http://chiangmaichamber.com/กลยุทธ์การตลาดที่ได้ผล/กลยุทธ์การตลาด-4-0/>
- Claessens, M. (2018). *Evolution of Marketing Theory – from Production to Marketing Orientation*. Retrieved December 26, 2020, from <https://marketing-insider.eu/evolution-of-marketing-theory/>
- Dadash, X. S. (2020). Digital Marketing a New Method of Modern Marketing. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 4, 167-170.
- Eshikumo, S. M., & Odock, S. O. (2017). Green Manufacturing and Operational Performance of a Firm: Case of Cement Manufacturing in Kenya. *International Journal of Business and Social Science*, 8(4), 106-120.
- Instapage. (2020). *What Is Event Marketing?*. Retrieved October 20, 2020, from <https://instapage.com/what-is-event-marketing>
- Ismailova, N. T., Abisheva, G. O., & Ismailova, D. T. (2019). The Role of Event-Marketing in Management. *News of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*, 6(328), 94-98.
- Johnston, J. & Sheehan, M. (2020). *Public Relations: Theory and Practice*. NY: Routledge.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Kotler, P. (2019). *Marketing Management*. UK: Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Ladzynski, P., Zbikowski, K., & Gawrysiak, P. (2019). Direct Marketing Campaigns in Retail Banking with the Use of Deep Learning and Random Forests. *Expert Systems with Applications*, 134(2019), 28-35.
- Magamura. (2019). *Knowledge about Sales and Marketing Concepts*. Retrieved October 30, 2020, from <https://krucharoon.in.th/home/?p=246>
- Marketo. (2020). *What is Event Marketing?*. Retrieved December 23, 2020, from <https://www.marketo.com/event-marketing/>
- Marrs, M. (2020). *What Is Mobile Marketing & Why Does it Matter So Much?*. Retrieved November 9, 2020, from <https://www.wordstream.com/blog/ws/2013/08/19/what-is-mobile-marketing>
- Marketeer. (2019). *Event Marketing Planning (Event Marketing) Part 1: Dr. Teeraphan Lothongkam*. Retrieved November 1, 2020, from <https://marketeeronline.co/archives/126894>
- Marketingoops. (2016). *Brand Experience*. Retrieved 30 October, 2020, from <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/brand-experience-the-way-to-gain-customer-loyalty/>
- Matharu, M., Jain, R., & Bulsara, H. (2020). Underpinning the Emergence of Sustainability Marketing: A Comprehensive Review of Literature & Future Research Agenda. *Journal of Sustainability Science and Management*, 15(6), 206-220.
- Nadube, M. P. (2018). Understanding Integrated Marketing Communications (IMC): Concept, Definitions and Dimensions. *International Journal of Innovations in Economic and Management Science*, 8(2), 1-15.

- Pairoj, K. (2018). *IMC คืออะไร? การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทำอย่างไร*. Retrieved December 23, 2020, from <https://greedisgoods.com/imc-คือ-integrated-marketing-communication/>
- Pinchanokk. (2019). *Organizers Should Know! New Trends in Event Marketing in 2020*. Retrieved November 1, 2020, from <https://www.zipeventapp.com/blog/2019/11/25/event-marketing-2020/>
- Pisicchio, A. C., & Toaldo, A. M. M. (2020). *Integrated Marketing Communication in Hospitality SMEs: Analyzing the Antecedent Role of Innovation Orientation and the Effect on Market Performance*. Retrieved December 23, 2020, from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13527266.2020.1759121?journalCode=rjmc20>
- Pongsakornrunsilp, S., & Schroeder, J. E. (2017). How Consumers Co-Create. In *Routledge Handbook on Consumption*. UK: Routledge.
- Pritchard, A., Cook, D., Jones, A., Bason, T., & Salisbury, P. (2020). *Building a Brand Portfolio: The Case of English Football League (EFL) clubs*. Retrieved October 21, 2020, from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/16184742.2020.1802501?journalCode=resm20>
- Qazzafi, S. H. E. I. K. H. (2019). Consumer Buying Decision Process toward Products. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2(5), 130-134.
- Sharafutdinova, N. S., Xametova, N. G., Novikova, E. N., Shnorrr, Z. P., & Rolbina, E. S. (2020, March). Event Marketing as an Effective Tool for Building Long-Term Customer Relationships. Retrieved October 21, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/340552095_Event_Marketing_as_an_Effective_Tool_for_Building_Long-Term_Customer_Relationships
- Sorawit, B. (2016). *Event Marketing*. Retrieved 23 December, 2020 from https://prezi.com/zo6x_xkzf8wt/event-marketing/
- Sun, L., Zhai, X., & Yang, H. (2020). *Event Marketing, Movie Consumers' Willingness and Box Office Revenue*. Retrieved October 21, 2020, from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/APJML-09-2019-0564/full/html>
- Tafesse, W. (2016). An Experiential Model of Consumer Engagement in Social Media. *Journal of Product & Brand Management*, 25(5), 424-434.
- Tang, F., Givens, M. E., Xie, Q., & Raisanen, P. (2017). *U.S. Patent No. 9,558,931*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- The American Standard Association of advertising. (1998). *What's Advertising*. New York: John Wiley & Sons.
- Tourky, M., Alwi, S. F. S., Kitchen, P., Melewar, T. C., & Shaalan, A. (2020). New Conceptualization and Measurement of Corporate Identity: Evidence from UK Food and Beverage industry. *Journal of Business Research*, 109, 595-606.
- Trieb, P. T., Saal, S. D., Arocena, P., & Kumbhakar, C. S. (2016). Estimating Economies of Scale and Scope with Flexible Technology. *Journal of Productivity Analysis*, 45(2016), 173-186.

Received: 24-10-2020
Revised: 22-12-2020
Accepted: 12-10-2021

การพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้า
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
A Development of Instructional Video Packages for Construct Knowledge and
Raise Self - Awareness on Anti - Electronic Cigarette in Undergraduate
Students in Mueang District, Nakhon Pathom Province

สหา พุกศิริวงศ์ชัย¹

Saha Puksirivongchai

saha1p@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี 3) เพื่อประเมินผลความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จากการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign) เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูล สำหรับการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ที่กิจการนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และเจ้าหน้าที่หน่วยงานรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้า กลุ่มที่ 2 ผู้ผลิตสื่อ โดยใช้หลักการสื่อการศึกษาเชิงสร้างสรรค์และ การคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น การสนทนากลุ่ม ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน แบบประเมินสื่อ และแบบทดสอบความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้า

ผลการวิจัยสรุปว่า 1) สภาพปัญหาและความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นว่าบุหรี่ไฟฟ้าเป็นสิ่งใหม่ในสังคมไทย รูปแบบผลิตภัณฑ์ กระตุ้นความอยากรลอง การสูบบุหรี่ไฟฟ้าทำให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีแต่การนำเสนอในด้านดี เช่น บุหรี่ไฟฟ้ามีความอันตรายน้อยกว่าบุหรี่มวน ทำให้ช่วยเลิกบุหรี่ได้ แต่แท้จริงแล้วยังไม่ทราบถึงผลเสียของบุหรี่ที่ยังแฝงอยู่ ความต้องการ

¹ สาขาวิชาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Educational Technology and Innovation Program, Faculty of Education, Nakhon Pathom Rajabhat University

ใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน คือเนื้อหาที่นำเสนอต้องเน้นอันตรายจากการสับบรูห์ไฟฟ้า การใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อรณรงค์ที่ดี สื่อสารเนื้อหาได้ชัดเจน จูงใจให้จดจำได้ ให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการร่วมคิดร่วมทำร่วมแก้ปัญหาการสับบรูห์ไฟฟ้า 2) ผลการประเมินเพื่อพัฒนาคุณภาพชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนในด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง แบ่งเป็น 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 ด้านภาพและเสียงที่ใช้นำเสนอ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ด้านเวลานำเสนอคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนผลการประเมินคุณภาพ ครั้งที่ 2 ด้านภาพและเสียงที่ใช้นำเสนอ และด้านเวลานำเสนออยู่ในเกณฑ์ดี แสดงให้เห็นว่าชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนมีการพัฒนาขึ้นอยู่ในเกณฑ์ดีและ 3) ผลประเมินความรู้และความตั้งใจในการไม่สับบรูห์ไฟฟ้าของนักศึกษา ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.4 คะแนนเฉลี่ยหลังผ่านกระบวนการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารในกระบวนการผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

คำสำคัญ: วีดิทัศน์การสอน, บรูห์ไฟฟ้า, ความรู้และความตั้งใจ

Abstract

The research is entitled “A Development of Instructional Video Packages to Construct Knowledge and Raise Self - Awareness of Anti - Electronic Cigarette for Undergraduate Students in Mueang District, Nakhon Pathom Province”. The objectives of this research are to 1) study the problems and needs of instructional video packages that construct knowledge and raise self - awareness on anti - electronic cigarette for undergraduate students in Mueang District, Nakhon Pathom Province; 2) design and develop instructional video packages to construct knowledge and raise self - awareness on anti - electronic cigarette for undergraduate students and 3) evaluate knowledge and self - awareness on anti - electronic cigarette of undergraduate students. The research used co-creation campaign through research and development method (R&D). The sample group in this study obtained by purposive sampling and divided into 2 groups. Group 1 samples were interviewed informants and focus group including administrators or student affair officers in university, undergraduate students in Mueang District, Nakhon Pathom Province, and Anti - Electronic Cigarette institution officers. Group 2 samples were media producers who used creative educational media principles and co-creation campaign. The research instruments were interview questionnaire form, focus group interview, instructional video packages, media evaluation form, and knowledge and raise self - awareness examination form.

The results of research are as follows:

1) the problems and needs of instructional video packages to construct knowledge and raise self - awareness on anti - electronic cigarette in undergraduate student, there are opinions that electronic cigarettes are still a new thing in Thai society. Moreover, electronic cigarette product's characterization and design are beautiful, modern, stimulating to try. Electric cigarette smoking is more acceptable to new generation as it is presented on the good side and it can help quit smoking. In reality, the potential effects of e-cigarettes are not known. The demand for instructional video packages focuses on content that shows the facts about electric cigarettes smoking. The use of motion picture is a good campaign to be able to communicate content clearly and motivate students to remember. Electronic cigarette companies have developed effective communication styles. Thus, we need to let the youth participate in the project, think together, and work together to solve the problem of electric smoking. 2) Results in developing the instructional video packages involved quality in content and storytelling. It is divided in two terms, the first term is the picture and sound at a moderate level and time at a high level. The second term is the quality assessment results which include content, storytelling, picture, sound, and time at a high level. Therefore, the instructional video packages were developed at a high level. 3) Results in evaluation of knowledge and self - awareness on anti - electronic cigarette of undergraduate students an average is 7.4 point. Using co-creation campaign, the scores significantly improved after producing the video ($p < .01$).

Keywords: Instructional Video, Electronic Cigarette, Construct Knowledge and Raise Self - Awareness

ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัญหาของเด็กและเยาวชนไทยขณะนี้กำลังเผชิญกับความเสี่ยงมากมายอันเกิดจากสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม อันตรายที่ล้อมรอบตัวเด็ก เด็กและเยาวชนจำนวนมากซึมซับพฤติกรรมความรุนแรง สื่อลามกอนาจาร เสพยาเสพติด มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร อยู่ในแหล่งมั่วสุม และอื่นๆ จนพฤติกรรมเหล่านี้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตร่วมสมัยของเยาวชน

กลุ่มเด็กและเยาวชนกลายเป็นนักสูบหน้าใหม่ ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติล่าสุด ปี พ.ศ.2560 พบ ประชากรไทยอายุ 15 - 19 ปี 55.9 ล้านคน เป็นผู้สูบบุหรี่ 10.7 ล้านคน คิดเป็น 19.1% แยกเป็นสูบเป็นประจำ 9.4 ล้านคน คิดเป็น 16.8 % และสูบนานๆ ครั้ง 1.3 ล้านคน คิดเป็น 2.3% (Saranya Thongthab, 2019)

นอกจากการสูบบุหรี่แบบธรรมดาแล้ว ในปัจจุบันเยาวชนยังสูบบุหรี่ไฟฟ้าจากความเข้าใจผิดว่ามีความปลอดภัย รวมถึงผู้ที่อยากเลิกบุหรี่แล้วหันมาสูบบุหรี่ไฟฟ้า จากสถานการณ์ในปัจจุบันพบว่า มีการแพร่หลายของบุหรี่ไฟฟ้าในกลุ่มประชาชน ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน รวมถึงมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวว่ามีความปลอดภัย (วอยซ์ทีวี, 2561)

ดร.ชาเมียร์ โชนจิ จากคณะแพทยศาสตร์ดาร์ทเมาท์ โกลเซล รัฐนิวแฮมเชียร์ ด้วยโจทย์วิจัยที่ต้องการทราบความสัมพันธ์ของการสูบบุหรี่ไฟฟ้ากับการสูบบุหรี่ธรรมดาในเยาวชน โดยทำการวิเคราะห์รายงานวิจัย 9 เรื่อง ที่มีการติดตามระยะยาวในเยาวชนรวม 17,389 ราย อายุระหว่าง 14 ถึง 30 ปี โดยร้อยละ 56.00 ของตัวอย่างเป็นผู้หญิง พบว่า อัตราการเริ่มสูบบุหรี่ธรรมดา ในคนที่เคยสูบบุหรี่ไฟฟ้าเท่ากับร้อยละ 30.4 เปรียบเทียบกับร้อยละ 7.9 ในคนที่ไม่เคยสูบบุหรี่ไฟฟ้า นั่นคือเยาวชนที่เริ่มต้นจากการสูบบุหรี่ไฟฟ้า การติดตามต่อมาพบว่ากลายเป็นผู้เริ่มสูบบุหรี่ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยสูบบุหรี่ไฟฟ้า แล้วกลายเป็นผู้สูบบุหรี่ถึงเกือบ 4 เท่าตัว (คมชัดลึก, 2560)

จากข้อมูลเบื้องต้นพบว่าการสูบบุหรี่ไฟฟ้ามีเพิ่มมากขึ้นและมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนซึ่งแท้จริงแล้วบุหรี่ไฟฟ้ามีสารนิโคตินและยังเป็นจุดเริ่มต้นของการนำไปสู่การสูบบุหรี่แบบธรรมดาด้วย เยาวชนที่สูบบุหรี่ไฟฟ้าจึงสามารถเสพติดได้ง่าย และเป็นอันตรายต่อการพัฒนาสมองของวัยรุ่น ทำลายสมาธิและการเรียนรู้

วิธีแก้ปัญหาสุภาพจากการสูบบุหรี่ ต้องให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องใน 2 เรื่องสำคัญ ได้แก่ ช่วยเหลือผู้ที่ติดอยู่แล้วให้เลิกสูบบุหรี่ และรณรงค์ป้องกันไม่ให้เยาวชนไปเสพติดบุหรี่ (ดนยา สุเวทเวทิน, 2559)

การจัดการศึกษามีความจำเป็นต้องหาวิธีการในการส่งสารถึงผู้เรียนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกับการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ให้มีความเหมาะสม เนื่องจากสื่อทุกสื่อมีคุณลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน มีข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การใช้สื่อสมัยใหม่ในการจัดการเรียนรู้ผสมผสานสื่อดั้งเดิมให้เข้ากับบริบทของผู้เรียนเป็นสิ่งสำคัญ ทำให้ต้องอาศัยการออกแบบ วิธีการในรูปแบบต่างๆ และความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อให้มีความเหมาะสมเข้ากับยุคสมัย ซึ่งในการสร้างสรรค์สื่อการสอนเป็นการเปลี่ยนแปลงจากสื่อเดิม คือ วัสดุ อุปกรณ์ วิธีการ ไปสู่สื่อใหม่ สร้างสรรค์ในการผลิตหรือพัฒนาสื่อ และสร้างสรรค์ระบบหรือการพัฒนาเทคนิควิธี (ราตรี จันชนะ, 2555)

สื่อวิทัศน์การศึกษาเป็นสื่อที่ผู้สอนสร้างขึ้นอย่างมีจุดมุ่งหมายสอดคล้องกับเนื้อหาของรายวิชา วิธีการจัดการเรียนรู้ และการวัดประเมินผล โดยการศึกษาหลักการ แนวคิด และขั้นตอนการจัดทำ และการใช้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์ และองค์ความรู้ ด้วยการมีส่วนร่วมในการใช้สื่ออย่างเป็นอิสระ เห็นความสำคัญและมีเจตคติที่ดี โดยอาศัยรูปแบบของสื่อการศึกษาสร้างสรรค์

ในการสื่อสารให้เกิดการเรียนรู้ในรูปแบบเก่าที่เป็นการสื่อสารทางเดียวจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร ได้ผลการเรียนรู้น้อยกว่าการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign) เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นมานานกว่าทศวรรษ เป็นการระดมไอเดียจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือหลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าร่วมกัน (นัทธมน ตั้งตรงมิตร, 2018) ในกระบวนการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความรู้ถ้ามีการนำแนวคิด การคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมาใช้ในการกระบวนการสร้างสรรค์สื่อ จะทำให้ผู้ผลิตสื่อเกิดการเรียนรู้ในเนื้อหาที่จะสื่อสารได้อย่างดี

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยสนใจศึกษารูปแบบของชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนที่เหมาะสมกับยุคการเปลี่ยนแปลงของสื่อจากสื่อดั้งเดิมสู่สื่อสมัยใหม่บนความอิสระในการรับรู้เพื่อเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี เพื่อออกแบบการจัดการเรียนรู้โดยอาศัยรูปแบบของสื่อการศึกษาสร้างสรรค์และการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign) ให้ความรู้ เพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจให้เยาวชนรู้เท่าทันภัยจากบุหรี่ยาเสพติดนำไปสู่การสูบบุหรี่หรือการดื่มถึงสิ่งเสพติดอื่น อันจะส่งผลเสียต่อเยาวชนและสังคมต่อไป ผู้วิจัยจึงสนใจการพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อประเมินผลความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จากการผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบข้อมูลปัญหาและความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
2. ได้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
3. ความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จากการผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนโดยคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) พัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีวิธีการดำเนินงานวิจัย การเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ มีหน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าที่ให้ข้อมูลหลัก และใช้ประโยชน์จากการพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งคณะผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนออกเป็น 3 ขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

ขั้นที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

1.1 สืบหาข้อมูลพื้นฐาน และสภาพปัญหาการจัดเก็บข้อมูลของชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

1.2 คัดเลือกพื้นที่ กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อเก็บข้อมูล

1.3 ออกแบบ และพัฒนาเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูล

1.4 จัดเตรียมอุปกรณ์ ประสานงาน และติดต่อนัดหมายผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการเก็บข้อมูล

1.5 วิเคราะห์ข้อมูลสรุปประเด็นที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ ข้อมูลพื้นฐาน และสภาพปัญหา ของชุดสื่อวีดิทัศน์ การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ขั้นที่ 2 ออกแบบและพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

2.1 ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) เพื่อศึกษาข้อคิดเห็น หาแนวทางออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

2.2 ออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยใช้หลักการสื่อการศึกษาเชิงสร้างสรรค์และ การคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign) แล้วนำไปหาประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญ

2.3 ออกแบบ และการพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม หลังจากได้ดำเนินการแก้ไขชุดสื่อวีดิทัศน์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2.4 การสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนจากการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign)

ขั้นที่ 3 ประเมินความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนจากการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ผลการวิจัย

1. สภาพปัญหาและความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จากการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้การสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่กิจการนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรีในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และเจ้าหน้าที่หน่วยงานรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้า สรุปแยกตามประเด็นดังนี้

1.1 สภาพปัญหาการสูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีประเด็นดังนี้ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความคิดเห็นว่าบุหรี่ไฟฟ้าอันตรายน้อยกว่าบุหรี่มวน การสูบบุหรี่ไฟฟ้า เท่ ทันสมัย การสูบบุหรี่ไฟฟ้าทำให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน กลุ่มคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้บุหรี่ไฟฟ้ายังเป็นสิ่งใหม่ในสังคมไทยที่นำเสนอแต่ด้านดี เป็นสิ่งที่ช่วยเลิกบุหรี่ได้ มีกลิ่นหอม รู้สึกคลายเครียด แต่แท้จริงแล้วนักศึกษายังไม่ทราบถึงผลเสียของบุหรี่ที่ยังแฝงอยู่ เนื่องจากผลกระทบมักเห็นได้ชัดเจนในระยะยาว จึงไม่มีกรณีตัวอย่างให้เห็นมากนัก ส่วนแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยการเข้าถึงผลิตภัณฑ์บุหรี่ไฟฟ้าเข้าถึงได้ง่ายตามสื่อออนไลน์ รูปแบบผลิตภัณฑ์บุหรี่ไฟฟ้ามีความสวยงาม ทันสมัย กระตุ้นความอยากรลอง เนื่องจากในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่เข้มงวด

1.2 ความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีประเด็นดังนี้ เนื้อหาที่น่าสนใจต้องเน้นให้ข้อเท็จจริงอันตรายจากการสูบบุหรี่ไฟฟ้า ความถี่ของการใช้สื่อการรณรงค์ต้องสม่ำเสมอ การใช้สื่อที่เป็นภาพเคลื่อนไหวเป็นสื่อรณรงค์ที่ดี สามารถสื่อสารเนื้อหาได้ชัดเจน จูงใจนักศึกษาให้จดจำได้ รูปแบบการสื่อสารการสูบบุหรี่ไฟฟ้าของบริษัทบุหรี่ไฟฟ้า ต้องมีการพัฒนา

รูปแบบ ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่ายและน่าสนใจ รวมถึงให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการร่วมคิดร่วมทำร่วมแก้ปัญหาการสูบบุหรี่ไฟฟ้า นอกจากนี้ ควรมีส่วนร่วมจากหลายฝ่ายตั้งแต่ผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณะ สาขาวิชาและอาจารย์ที่ปรึกษามีส่วนสำคัญ

2. การออกแบบและพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จากการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยขั้นตอนแรก ประเมินผลความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ก่อนผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 ต่อมามีการกำหนดวัตถุประสงค์ของชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนร่วมกันระหว่างหน่วยงานเอกชนหรือผู้ผลิตงานด้านสื่อวีดิทัศน์ นักวิชาการเชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ และนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลังจากนั้นแบ่งกลุ่มนักศึกษาแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม หลังจากนั้นนำเสนอบทวีดิทัศน์กลุ่มละ 3 เรื่อง โดยเสนอผู้ผลิตงานด้านสื่อวีดิทัศน์ นักวิชาการเชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ ตรวจสอบความถูกต้องของบทวีดิทัศน์ แล้วคัดจาก 15 เรื่องที่ผ่านเกณฑ์การประเมินเหลือกลุ่มละ 1 เรื่อง รวมแล้ว 5 เรื่อง เพื่อที่จะดำเนินการพัฒนาและผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนตามคำแนะนำผู้ผลิตงานด้านสื่อวีดิทัศน์ นักวิชาการเชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ หลังจากผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน มีการประเมินคุณภาพชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการประเมินในด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านภาพและเสียงที่ใช้นำเสนอ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.33 และ 3.40 ด้านเวลานำเสนอคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.89 หลังจากผ่านการประเมินรอบแรก ได้นำชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนไปแก้ไขปรับปรุงแล้วนำชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนไปให้ผู้ผลิตงานด้านสื่อวีดิทัศน์ นักวิชาการเชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ประเมินอีกครั้ง ผลการประเมินในด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านภาพและเสียงที่ใช้นำเสนอ และด้านเวลานำเสนออยู่ในเกณฑ์ดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.62 ,3.83 และ4.49 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านภาพและเสียงที่ใช้นำเสนอมีผลการประเมินจากเดิมอยู่ในเกณฑ์ปานกลางมีการพัฒนาขึ้นอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนด้านเวลานำเสนอยังคงอยู่ในเกณฑ์ดี และประเมินผลความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม หลังผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.4

3. ผลการประเมินความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จากกระบวนการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารก่อนผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 และหลังผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 7.4 จะเห็นได้ว่าคะแนนเฉลี่ยหลังผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์สูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

1. สภาพปัญหาและความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้การสัมภาษณ์ระดับลึก ข้อมูลที่ได้ คือ บุหรี่ไฟฟ้าอันตรายน้อยกว่าบุหรี่มวนเป็นความเข้าใจที่ผิด ค่านิยมการสูบบุหรี่ไฟฟ้าเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อนและกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องด้วยสื่อสมัยใหม่ที่เข้าถึงได้ง่าย และไม่มีการคัดกรองข้อมูลที่ถูกต้องผู้รับสารสามารถมีอิสระในการรับข้อมูลทำให้ได้รับความรู้ที่ผิดได้ รวมถึงข้อมูลของสื่อสมัยใหม่แพร่หลายได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ตทำให้โลกไร้พรมแดนทางการสื่อสารเกิดขึ้นอย่างชัดเจน ตามแนวคิดของนักวิชาการในกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ที่พบว่า การคิดค้นเทคโนโลยีใหม่และการพัฒนาการของเทคโนโลยีจะทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง กลุ่มนักทฤษฎีแนวเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดชื่อ McQuall (1994) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่นๆ ของแนวคิดกลุ่มทฤษฎีนี้เอาไว้ คือ เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม เทคโนโลยีแต่ละชนิดจะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละอย่าง

ขั้นตอนของการผลิต และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม รวมถึงการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ จากเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ทำให้เห็นว่าพัฒนาการของเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้การสื่อสารแบบรวมศูนย์ของสื่อดั้งเดิมเปลี่ยนเป็นการสื่อสารแบบกระจาย ของสื่อสมัยใหม่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเนื่องด้วยการเข้าถึงข้อมูลแบบกระจายอย่างรวดเร็ว

ความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาพบว่า การใช้สื่อที่เป็นภาพเคลื่อนไหวเป็นสื่อรณรงค์ที่ดี เนื้อหาที่น่าสนใจต้องเน้นข้อเท็จจริงอันตรายจากการสูบบุหรี่ไฟฟ้า ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่ายและน่าสนใจ รวมถึงควรให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมแก้ปัญหาการสูบบุหรี่ไฟฟ้า ด้วยพัฒนาการของเทคโนโลยี ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการสื่อสาร เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับมหภาค (Macro) และระดับจุลภาค (Micro) สื่อดั้งเดิมแบบรวมศูนย์จะส่งเนื้อหาจากสถานีโทรทัศน์ ผู้ส่งจะเป็นผู้ควบคุมเนื้อหา แล้วส่งถึงผู้คนจำนวนมากได้ ผู้ชมจะเป็นผู้รับสารที่ไม่สามารถควบคุมเนื้อหาได้ ซึ่งสื่อวิทยุโทรทัศน์มีบทบาทมาก สามารถดึงดูดใจผู้ชมได้ดี ดังที่ McLuhan นักทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ซึ่งเชื่อว่าพัฒนาการของเทคโนโลยี ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยสนใจระดับจุลภาค (Micro) คือ สื่อ (Media) ช่องทางการสื่อสารในยุคดิจิทัลที่ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของช่องทางการสื่อสารได้ทำให้เกิดอิสระในการส่งสาร จากสื่อดั้งเดิมสู่สื่อใหม่ทำให้มีการผลิตภาพเคลื่อนไหวถึงผู้รับชมจำนวนมาก

ผลการวิจัยความต้องการใช้ชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนทำให้เห็นบทบาทและความสำคัญของสื่อวีดิทัศน์สอดคล้องกับงานวิจัยของ

วรรณา สอนเดช, สุพิชญา หวังปิณฑาณิษฐ์, ปิยรัตน์ ชลสินธุ์, และทิวาภรณ์ เฉลิมพิชัย (2561) ได้พัฒนาสื่อและผลของการใช้สื่อวีดิทัศน์ร่วมกับโจทย์สถานการณ์ต่อความรู้และความมั่นใจในการปฏิบัติการพยาบาลอาชีวอนามัยของนักศึกษาพยาบาล ผลการศึกษาพบว่าหลังการใช้สื่อวีดิทัศน์ควบคู่กับการใช้โจทย์สถานการณ์นักศึกษาพยาบาลมีความรู้และความมั่นใจในการปฏิบัติการพยาบาลอาชีวอนามัยมากกว่าก่อนการใช้สื่อวีดิทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และประเมินสื่อวีดิทัศน์ควบคู่กับโจทย์สถานการณ์อยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมากทั้ง 3 องค์ประกอบ ดังนั้น สื่อวีดิทัศน์ควบคู่กับโจทย์สถานการณ์สามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษาพยาบาลมีความรู้และความมั่นใจในการปฏิบัติการพยาบาลอาชีวอนามัย และสามารถเผยแพร่ให้สถานศึกษานำไปใช้ในการเรียนการสอนการพยาบาลอาชีวอนามัย

นอกจากนี้ เกียรติคุณ เยาวรัตน์ (2560) ได้ทำวิจัยในเรื่อง กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Runner’s Journeys” ผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาคลิปวิดีโอที่จะสามารถทำให้น่าสนใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง คือ เนื้อหาที่มีคุณค่าต่อผู้ชมและแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ชัดเจนของการเปลี่ยนแปลงที่ได้จากการวิ่ง ทั้งความสุขที่ได้วิ่งและผลจากการลดน้ำหนักเมื่อออกวิ่ง สำหรับวิธีการนำเสนอที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการวิ่งได้ดีที่สุด คือ วิธีการนำเสนอแบบสัมภาษณ์ที่สนุกสร้างอารมณ์ร่วมและความเข้าใจรวมถึงการสอนวิธีการวิ่งแบบชัดเจน นอกจากนี้แล้ว กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการนำเสนอเนื้อหาด้วยปก การตั้งชื่อที่มีความชัดเจนและดึงดูดใจจะทำให้เกิดแรงจูงใจต่อผู้ชมให้ไปออกกำลังกายด้วยการวิ่งได้อย่างรวดเร็วและง่ายกว่าเนื้อหาของคลิปวิดีโอที่ถูกนำเสนอออกมา

จากงานวิจัยที่อ้างอิงข้างต้นมีความสอดคล้องในเรื่องบทบาทและความสำคัญของสื่อวีดิทัศน์สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจดจำเนื้อหาได้มากและนานขึ้น ช่วยให้ผู้ชมรับรู้เนื้อหาในปริมาณมากภายในเวลาที่จำกัด กระตุ้นความสนใจ สร้างแรงจูงใจได้ดีและผู้ชมมีความพึงพอใจในการรับชมสื่อวีดิทัศน์อย่างมาก ทางด้านการศึกษาสื่อวีดิทัศน์เพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ช่วยให้คุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนดีขึ้น จะเห็นได้ว่าสื่อวีดิทัศน์ซึ่งเป็นสื่อภาพเคลื่อนไหวมีความเหมาะสมนำไปใช้ในการถ่ายทอดเนื้อหาที่ต้องการเพื่อเสริมสร้างความรู้ กระตุ้นความสนใจ และสร้างแรงจูงใจด้านการรณรงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การออกแบบและพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จากการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign) แสดงให้เห็นว่าด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านภาพและเสียงที่ใช้นำเสนอมีการพัฒนาขึ้นอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนด้านเวลานำเสนอยังคงอยู่ในเกณฑ์ดี

เนื่องด้วยกระบวนการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความรู้มีการนำแนวคิด การคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร มาใช้ในกระบวนการสร้างสรรค์สื่อจะทำให้ผู้ผลิตสื่อเกิดการเรียนรู้ในเนื้อหาที่จะสื่อสารได้ดี และเป็นการผลิตสื่อจากกลุ่มผู้ผลิตสื่อที่เป็นตัวแทนของกลุ่มผู้รับสาร เท่ากับว่าจะสามารถผลิตสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้อย่างดี โดยในกระบวนการผลิตสื่อนี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนร่วมกันระหว่างหน่วยงานเอกชนหรือผู้ผลิตงานด้านสื่อวีดิทัศน์ นักวิชาการเชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอน เจ้าหน้าที่หน่วยงานบรรณรักษ์ไม่สูบบุหรี่ และนักศึกษาระดับปริญญาตรี นักศึกษาได้นำเสนอบทวิทัศน์กับผู้ผลิตงานด้านสื่อวีดิทัศน์ นักวิชาการเชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอน เจ้าหน้าที่หน่วยงานบรรณรักษ์ไม่สูบบุหรี่ตรวจสอบความถูกต้องของบทวิทัศน์ ถ้าผ่านจึงดำเนินการพัฒนาและผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนตามคำแนะนำผู้ผลิตงานด้านสื่อวีดิทัศน์ นักวิชาการเชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอน เจ้าหน้าที่หน่วยงานบรรณรักษ์ไม่สูบบุหรี่ หลังจากผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน มีการประเมินคุณภาพชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน และพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์ให้คำแนะนำในการปรับปรุงในทุกขั้นตอนรวมถึงนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนตั้งแต่ขั้นตอนแรกพัฒนางานจนชุดสื่อวีดิทัศน์แล้วเสร็จจึงทำให้ผลการประเมินชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนมีคะแนนเฉลี่ยที่ดีขึ้นผลการวิจัยการมีส่วนร่วมชุมชนสอดคล้องกับ

3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนจากการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign) คะแนนเฉลี่ยหลังผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยผลิตชุดสื่อวีดิทัศน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เนื่องด้วยความรู้ในชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนเกิดจากกระบวนการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน และสภาพปัญหาการจัดเก็บข้อมูลจากผู้บริหาร เจ้าหน้าที่กิจการนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรีในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และเจ้าหน้าที่หน่วยงานบรรณรักษ์ไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้า จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและศึกษาข้อคิดเห็น หาแนวทางออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน จากหน่วยงานเอกชนหรือผู้ผลิตงานด้านสื่อวีดิทัศน์ นักวิชาการเชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอนและเจ้าหน้าที่หน่วยงานบรรณรักษ์ไม่สูบบุหรี่แล้ววิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้แนวทางของรูปแบบการนำเสนอชุดสื่อวีดิทัศน์การสอน และเป็นผลสัมฤทธิ์โดยใช้กระบวนการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign) ในการสื่อสารให้เกิดการเรียนรู้โดยในรูปแบบเท่าที่เป็นการสื่อสารทางเดียวจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร ได้ผลการเรียนรู้น้อยกว่าการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นมานานกว่าทศวรรษ เป็นการระดมไอเดียจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือหลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนา สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าร่วมกัน นัทมน ตั้งตรงมิตร (2018) ในกระบวนการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความรู้ถ้ามีการนำแนวคิด การคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมาใช้ในกระบวนการสร้างสรรค์สื่อจะทำให้ผู้ผลิตสื่อเกิดการเรียนรู้ในเนื้อหาที่จะสื่อสารได้ดี และเป็นการผลิตสื่อจากกลุ่มผู้ผลิตสื่อที่เป็นตัวแทนของกลุ่มผู้รับสารเท่ากับว่าจะสามารถผลิตสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้อย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการวิจัยขยายผลที่เกิดขึ้นโดยใช้กระบวนการผลิตสื่อการคิดร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (co-creation campaign) เพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้ากับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน
2. ด้านการนำไปใช้ ควรมีการติดตามผลโดยวัดความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าที่เกิดขึ้น เมื่อได้นำชุดสื่อวีดิทัศน์การสอนไปใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

3. ด้านการผลิตสื่อ ควรมีการวิจัยพัฒนารูปแบบการรณรงค์และประยุกต์การใช้สื่อรณรงค์ที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความรู้และความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

บรรณานุกรม

- เกียรติคุณ เยาวรัตน์. (2560). กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ *Runner's Journeys* (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- คมชัดลึก. (2560). บุหรี่ไฟฟ้า กระตุ้นพฤติกรรมสูบบุหรี่เพิ่ม 4 เท่า. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://www.komchadluek.net/news/edu-health/285419>.
- ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์. (2559). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 6(2), 99-109.
- ดนยา สุเวทเวทิน. (2559). เยาวชน Gen Z ร่วมใจไม่สูบบุหรี่. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/33213>.
- นัทธมน ตั้งตรงมิตร. (2562). CO-CREATION ร่วมด้วยช่วยดีไซน์. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2563, จาก <https://www.baanlaesuan.com/87191/design/design-update/co-creation>
- ปวีรพรต สมนึก. (2558). พัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 11(1), 4-17
- วรรณนา สอนองเดช, สุพิชญา หวังปิณฑิณี, ปิยรัตน์ ชลสินธุ์ และทิวาภรณ์ เฉลิมพิชัย. (2561). การพัฒนาสื่อและผลของการใช้สื่อวีดิทัศน์ร่วมกับโจทย์สถานการณ์ต่อความรู้และความมั่นใจในการปฏิบัติการพยาบาลอาชีวอนามัยของนักศึกษาพยาบาล. *รวมาริบดีพยาบาลสาร*, 24(1), 94-107.
- วอยซ์ทีวี. (2561). กรมควบคุมโรคย้ำบุหรี่ไฟฟ้าไม่ใช่ตัวช่วยเลิกบุหรี่. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562, จาก <https://voicetv.co.th/read/rylztOldz>
- อภิธา รุณวาทย์. (2561). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. *วารสารโครงการวิทยการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 4(2), 7.
- McQuall. D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction* (3rd ed.). London: Sage.
- Thongthab, S. (2019). *Young smokers increase 10.7 million, Ministry of Public Health and collaboration network pressure to create a safe Anti-Cigarette area*. Retrieved July 12, 2019, from <https://www.thebangkokinsight.com/164076/>

Received: 16-11-2020
Revised: 30-12-2020
Accepted: 12-01-2021

การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน
The Development of Digital Literacy Skill Test for Sukhothai Thammathirat
Open University Graduate Students: Web Application Version

สุชาดา สกolkijrungron¹

Suchada Sakolkijrungronj

suchada.sako@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันและ 2) ประเมินประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน วิจัยดำเนินการวิจัยมี 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ขั้นตอนที่ 3 การประเมินประสิทธิภาพของเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล และขั้นตอนที่ 4 การปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล

ผลการวิจัยพบว่า

1) แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน สามารถใช้งานได้ที่ <https://stoutestcenter.com/> ผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าทดสอบได้ทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการ

2) ประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M=4.56$, $SD=0.60$) ขณะที่ประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในความคิดเห็นของนักศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M=4.29$, $SD=0.77$) การปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชัน สำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล มีทั้งส่วนที่แก้ไขได้ทันทีและส่วนที่ต้องพัฒนาภายหลัง

คำสำคัญ: แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล, นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, เว็บแอปพลิเคชัน

¹ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Social Sciences, Kasetsart University

Abstract

This research aims to 1) develop the web application of STOU digital literacy skills test, and 2) evaluate the efficiency of web application STOU digital literacy skills test. The research methodology includes 4 steps: 1) the development of digital literacy skills test; 2) the development of the web application of STOU digital literacy skills test; 3) the evaluation of the web application usage for STOU digital literacy skills test; and 4) the improvement of the web application of STOU digital literacy skills test.

The results are as follows:

1) the digital literacy skills test for Sukhothai Thammathirat Open University graduate students (Web application version) can be accessed anywhere and anytime via the internet from URL: <https://stoutestcenter.com/>

2) The evaluation of online STOU digital literacy skills test by experts and graduate students shows the highest level of efficiency ($M=4.56$, $SD=0.60$) and high level of efficiency ($M=4.29$, $SD=0.77$), respectively. The improvement of web application for the STOU digital literacy skills test involves some sections that can be edited immediately and some other that need to be developed afterwards.

Keywords: Digital literacy skills test, Graduate students, Web application

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital literacy) เป็นทักษะที่สำคัญประการหนึ่งในศตวรรษที่ 21 ซึ่งบุคคลทุกกลุ่มในสังคมจำเป็นต้องพัฒนาทักษะดังกล่าวเพื่อรับมือกับการใช้ชีวิตในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเรียนรู้ นั้น ปัจจุบันรูปแบบการศึกษามีการใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้อย่างยิ่งขึ้น โดยเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาททั้งในด้านการผลิตสื่อการเรียนรู้ การจัดกิจกรรม การติดต่อสื่อสาร การค้นคว้าและสร้างสรรค์ชิ้นงาน และด้านอื่นๆ อีกจำนวนมาก

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชเป็นมหาวิทยาลัยเปิดที่เน้นการขยายโอกาสทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้กับประชาชนทั่วไป การเรียนการสอนเป็นรูปแบบการศึกษาทางไกล ที่เน้นการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์แก่นักศึกษาผ่านสื่อหลากหลายประเภท เช่น การเรียนการสอนออนไลน์ (e-Learning) การเรียนรู้ผ่านโทรศัพท์มือถือ (m-Learning) การสอนเสริมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ตและดาวเทียม (e-Tutorials) ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Library) เป็นต้น (Sukhothai Thammathirat Open University, 2015) การเรียนให้ประสบความสำเร็จนั้นผู้เรียนจึงจำเป็นต้องมีทักษะความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีในหลากหลายด้าน แต่นักศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยทั่วไป กล่าวคือ นักศึกษามีความหลากหลายทั้งในด้านอายุ สังคม ความรู้ความสามารถ ความถนัด ภูมิหลัง และบริบททางสังคม นักศึกษาแต่ละคนจึงมีความคุ้นเคยและความชำนาญในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่แตกต่างกัน

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสามารถ จุดแข็ง จุดอ่อน ในด้านทักษะการรู้ดิจิทัลของนักศึกษาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชสามารถส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งตรงกับภารกิจสำคัญของมหาวิทยาลัยตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ที่กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณลักษณะสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ โดยพัฒนาบัณฑิตให้มีผลการเรียนรู้ที่คาดหวังตามที่กำหนด ซึ่งผลการเรียนรู้ที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การประเมินระดับทักษะการรู้ดิจิทัลของนักศึกษาจึงเป็นสิ่งจำเป็น

ปัจจุบันมีผู้สนใจพัฒนาแบบวัดการรู้ดิจิทัลและแบบวัดทักษะอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียง เช่น ทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ ทักษะด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีจำนวนมากขึ้น โดยแนวทางในการพัฒนาแบบวัดมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ วัดด้วยแบบทดสอบวัดความรู้ วัดด้วยมาตราประมาณค่า และวัดด้วยแบบวัดทักษะ การปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม การรู้ดิจิทัลมิได้เป็นเพียงความรู้ แต่เป็นทักษะที่ผนวกการคิดขั้นสูงร่วมกับการลงมือทำ การวัดและประเมินที่จะสะท้อนผลที่แท้จริงจึงควรออกแบบให้มีการปฏิบัติร่วมด้วย

จากการทบทวนเครื่องมือสำหรับวัดทักษะการรู้ดิจิทัลหรือทักษะอื่น ๆ ที่มีความใกล้เคียงกันในต่างประเทศ มีการพัฒนาแบบวัดขึ้นหลายฉบับ อาทิ แบบทดสอบ Information Literacy Test (ILT; The Association of College and Research Libraries, 2000) แบบสำรวจ Information Skills Survey (ISS; Catts, 2005) แบบวัด Internet and Computing Core Certification (IC3; Certiport, 2017) แบบประเมิน Collegiate Learning Assessment (CLA+; Council for Aid to Education, 2014) แบบทดสอบ iSkills (Sparks, Katz, & Beile, 2016) ขณะที่ในประเทศไทยพบว่ามีแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลหรือทักษะอื่นๆ ที่ใกล้เคียงด้วยแบบทดสอบความรู้หรือมาตราประมาณค่า ตัวอย่างแบบวัด อาทิ แบบวัดทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา (Prachanban & Konpueng, 2016) แบบวัดการรู้ดิจิทัล (Techataweewan & Prasertsin, 2017)

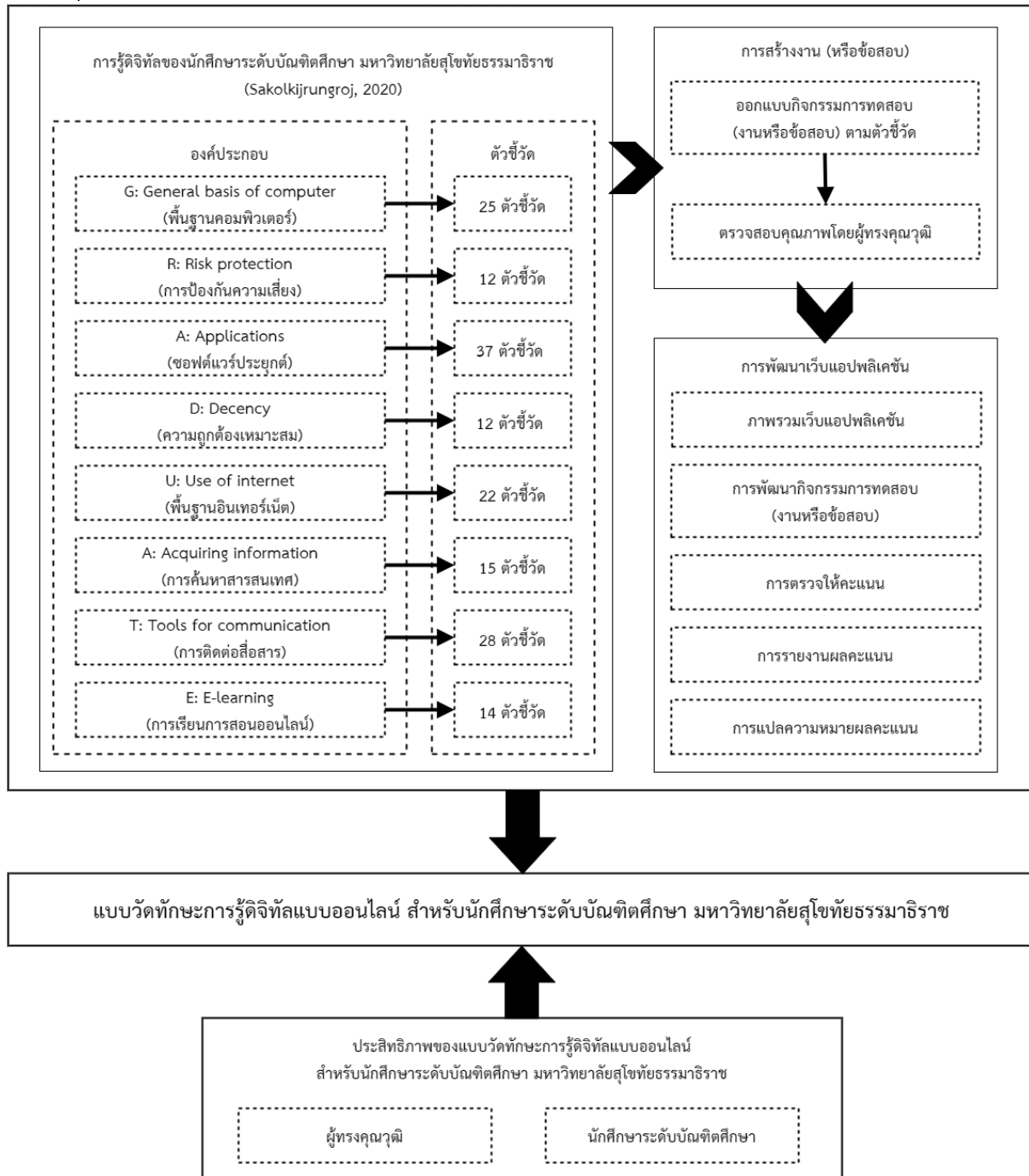
จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการรู้ดิจิทัลเป็นทักษะที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ของนักศึกษา การรู้ระดับทักษะการรู้ดิจิทัลของนักศึกษาช่วยให้นักศึกษาตระหนักถึงความสามารถของตนเองและตั้งเป้าหมายในการพัฒนาตนเองได้ ขณะที่มหาวิทยาลัยสามารถส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนาแบบวัดการรู้ดิจิทัล โดยมุ่งพัฒนาแบบวัดในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันที่ดำเนินการทดสอบออนไลน์ และออกแบบข้อคำถามในลักษณะการวัดทักษะการปฏิบัติที่ให้นักศึกษาได้ลงมือทำกิจกรรมตามงานที่กำหนด เพราะสามารถวัดได้ตรงกับความสามารถที่แท้จริงมากที่สุด รวมทั้งออกแบบให้มีการตรวจให้คะแนนทันทีเพื่อให้นักศึกษาได้รับทราบเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนในทักษะความสามารถของตนและเป็นข้อมูลในการพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน พัฒนาขึ้นจากความหมาย องค์ประกอบ และตัวชี้วัดที่สังเคราะห์ได้จากงานวิจัยก่อนหน้า (Sakolkijrunroj, 2020) โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่สังเคราะห์ได้มาสร้างงาน (หรือข้อสอบ) พัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน และทดสอบประสิทธิภาพของแบบวัดฯ ซึ่งมีกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบในการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน

นิยามศัพท์

การวัดทักษะการปฏิบัติ (Performance-based assessment) หมายถึง การวัดที่เน้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมทักษะหรือความสามารถเฉพาะอย่างออกมาผ่านการทำงาน (Task) ตามที่กำหนดหรือสร้างผลผลิตบางอย่างขึ้น ซึ่งสามารถวัดได้ทั้งกระบวนการทำงานและผลลัพธ์ในการทำงาน รวมทั้งมีวิธีการประเมินผลอย่างเป็นระบบและมีเกณฑ์การให้คะแนนกำหนดไว้อย่างชัดเจน

แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลแบบออนไลน์ (Online GRADUATE digital literacy test) หมายถึง แบบวัดความสามารถด้านการรู้ดิจิทัลของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่พัฒนาขึ้นตามองค์ประกอบที่สังเคราะห์จากแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษาซึ่งมีทั้งสิ้น 8 องค์ประกอบตามชื่อย่อว่า “GRADUATE” ประกอบด้วย 1) G: General basis of computer (พื้นฐานคอมพิวเตอร์) 2) R: Risk protection (การป้องกันความเสี่ยง) 3) A: Applications (ซอฟต์แวร์ประยุกต์) 4) D: Decency (ความถูกต้องเหมาะสม) 5) U: Use of internet (พื้นฐานอินเทอร์เน็ต) 6) A: Acquiring information (การค้นหาสารสนเทศ) 7) T: Tools for communication (การติดต่อสื่อสาร) และ 8) E: E-learning (การเรียนการสอนออนไลน์) โดยพัฒนาขึ้นในรูปแบบการวัดทักษะการปฏิบัติที่เน้นการลงมือทำ และดำเนินการผ่านเว็บแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้น

การประเมินประสิทธิภาพ หมายถึง การสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษาที่ได้ทดลองใช้งานแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลแบบออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น โดยสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลแบบออนไลน์ใน 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา (ความชัดเจนของคำสั่ง ความเหมาะสมในการจัดหมวดหมู่ของการวัด ความถูกต้องของการใช้ภาษา ข้อมูลผลการทดสอบ คู่มือการใช้งาน) ด้านการออกแบบ (หน้าจอ เมนู วิธีการวัด ตัวอักษร ภาพประกอบ) และด้านการใช้งาน (การสมัครสมาชิกและการเข้าสู่ระบบ คำแนะนำในการทดสอบ ความต่อเนื่องของการใช้งาน การเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ การหาทางแก้ไขปัญหาจากคู่มือ การประเมินผลการทดสอบ การบันทึกและพิมพ์ผลการทดสอบ การค้นหาผลการทดสอบ)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวัดความสามารถด้านการรู้ดิจิทัลของนักศึกษา ทำให้ได้ข้อมูลสำหรับการวางแผนหรือการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมนักศึกษาให้มีทักษะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้
2. แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินและติดตามผลในบริบทต่าง ๆ เช่น การประเมินและติดตามผลการจัดโปรแกรมการเรียนรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การประเมินคุณลักษณะนักศึกษาในด้านการรู้ดิจิทัลเมื่อเสร็จสิ้นหลักสูตรการศึกษา เป็นต้น
3. ได้แนวทางในการพัฒนาแบบวัดทักษะในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาแบบวัดตัวแปรหรือคุณลักษณะอื่น ๆ ซึ่งเน้นทักษะการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยี หรือคอมพิวเตอร์

วิธีการวิจัย

การดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ดำเนินการดังนี้

- 1.1 ออกแบบงาน (Task) หรือข้อสอบจากตัวชี้วัดที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยก่อนหน้านี้ (Sakolkijrungrong, 2020) โดยกำหนดให้งานมีลักษณะเป็นสถานการณ์ทางดิจิทัลที่ให้นักศึกษามีโอกาสแสดงทักษะต่างๆ ตามองค์ประกอบและตัวชี้วัดของการรู้ดิจิทัลสังเคราะห์ได้ โดยมีการกำหนดคำสั่ง และจำลองภาพหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่แสดงในแต่ละสถานการณ์
- 1.2 กำหนดเกณฑ์การตรวจให้คะแนนงาน (Task) หรือข้อสอบแต่ละข้อ โดยกำหนดให้มีการตรวจให้คะแนนแบบสองค่า คือ ทำได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดได้ 1 คะแนน ทำไม่ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้ 0 คะแนน
- 1.3 กำหนดรูปแบบการรายงานผลคะแนน โดยรายงานคะแนนแยกเป็นรายด้าน ในแต่ละด้านจะรายงานร้อยละของการทำได้ พร้อมทั้งจำแนกรายละเอียดทักษะที่ทำได้และทำไม่ได้ เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้สอบในการพัฒนาตนเอง

1.4 เสนองาน (Task) หรือข้อสอบ ซึ่งประกอบด้วยคำสั่ง ภาพร่างหน้าจอแสดงสถานการณ์การทดสอบ และเกณฑ์การตรวจให้คะแนนรายข้อต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัดผลและเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดกับงาน (Task) หรือข้อสอบ รวมทั้งพิจารณาความเหมาะสมของเกณฑ์การตรวจให้คะแนน

1.5 ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ดำเนินการดังนี้

2.1 ประสานงานกับโปรแกรมเมอร์ โดยผู้วิจัยออกแบบเค้าโครงการแสดงงาน (หรือข้อสอบ) แต่ละข้อ การแสดงผลการทดสอบ การจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ของหน้าจอ การกำหนดเมนูและองค์ประกอบต่างๆ ของเว็บแอปพลิเคชัน รวมทั้งออกแบบส่วนประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถสื่อสารกับโปรแกรมเมอร์ได้ง่ายขึ้นและเพื่อให้เว็บแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นตรงตามที่ได้ออกแบบไว้

2.2 ปรับแก้ไขงาน (Task) หรือสถานการณ์การทดสอบในบางส่วนให้เหมาะสม หากพบว่างานที่พัฒนาขึ้นนั้นมีข้อจำกัดเมื่อต้องพัฒนาในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน

2.3 ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเว็บแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นร่วมกับโปรแกรมเมอร์

2.4 ปรับแก้ไขเว็บแอปพลิเคชันในเบื้องต้น

2.5 ประสานงานการจดโดเมนเนมและขอใช้บริการโฮสติ้ง

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินประสิทธิภาพของเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล

3.1 กลุ่มเป้าหมาย จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิทางการวัดและประเมินผล จำนวน 1 คน และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเทคโนโลยี จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 3 คน (สำหรับประเมินเว็บแอปพลิเคชัน)

2) กลุ่มที่ 2 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จำนวน 30 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำแนกเป็น 2 ฉบับ ได้แก่

1) ฉบับที่ 1 แบบสอบถามสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลแบบออนไลน์ฯ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งประเมินใน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเนื้อหาจำนวน 5 ข้อ ด้านการออกแบบ จำนวน 5 ข้อ และด้านการใช้งาน จำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 3 ข้อ ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับจุดเด่นของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลแบบออนไลน์ฯ สิ่งที่ต้องปรับปรุงสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลแบบออนไลน์ฯ และข้อคิดเห็นอื่นๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

2) ฉบับที่ 2 แบบสอบถามสำหรับนักศึกษา แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป สอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ และสาขาวิชา มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบและตอบสั้น ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลแบบออนไลน์ฯ และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเช่นเดียวกับเครื่องมือฉบับที่ 1

แบบสอบถามทั้งสองฉบับพัฒนาขึ้นในรูปแบบแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิ ดำเนินการโดยติดต่อประสานงานผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อขอความร่วมมือในการประเมินประสิทธิภาพของเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล จากนั้นชี้แจงรายละเอียดการวิจัย ติดตามผลการประเมิน แล้วจึงสรุปผลการประเมิน

กลุ่มที่ 2 นักศึกษา ดำเนินการโดยขอความอนุเคราะห์รายชื่อและข้อมูลการติดต่อของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชจากสำนักบัณฑิตศึกษา แล้วจึงประชาสัมพันธ์เพื่อรับอาสาสมัครผ่านทางอีเมล โดยคัดเลือกให้มีอาสาสมัครจากทั้ง 12 สาขาวิชา จากนั้นชี้แจงรายละเอียดการวิจัย และให้เวลานักศึกษาสำหรับการทดลองใช้ เมื่อทดลองใช้แล้วให้นักศึกษาตอบแบบประเมินออนไลน์ จากนั้นจึงสรุปผลการประเมิน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนของผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษา โดยใช้สถิติบรรยาย ประกอบด้วย จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีค่าสูงแสดงว่าแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลมีประสิทธิภาพในความคิดเห็นของผู้ตอบ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็น (Srisatidnarukul, 2012) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลมีประสิทธิภาพมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลมีประสิทธิภาพปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลมีประสิทธิภาพน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลมีประสิทธิภาพน้อยที่สุด

2) วิเคราะห์ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปความ

ขั้นตอนที่ 4 การปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล

ขั้นตอนนี้เป็นการนำผลสรุปการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมมาสรุปเป็นแนวทางในการปรับปรุงโดยประสานงานกับโปรแกรมเมอร์เพื่อปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชันในส่วนที่สามารถปรับปรุงได้เบื้องต้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผลการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน

1.1 การสร้างงาน (หรือข้อสอบ) พบว่ามีงาน (หรือข้อสอบ) จำนวนทั้งสิ้น 165 ข้อตามตัวชี้วัดทั้ง 8 องค์ประกอบ ทุกข้อผ่านการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีค่าความสอดคล้องระหว่างงาน (หรือข้อสอบ) กับตัวชี้วัด หรือค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.33-1.00 โดยส่วนใหญ่มีค่าเท่ากับ 1.00 มีเพียงตัวชี้วัดที่ 1.2 ในองค์ประกอบที่ 1 ที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.33 และตัวชี้วัดที่ 1.7 และ 1.8 ในองค์ประกอบที่ 1 มีค่า IOC เท่ากับ 0.67 ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ไปปรับปรุงเครื่องมือวิจัย กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน เกณฑ์ในการแปลผลคะแนน รวมถึงกำหนดรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำแบบวัด

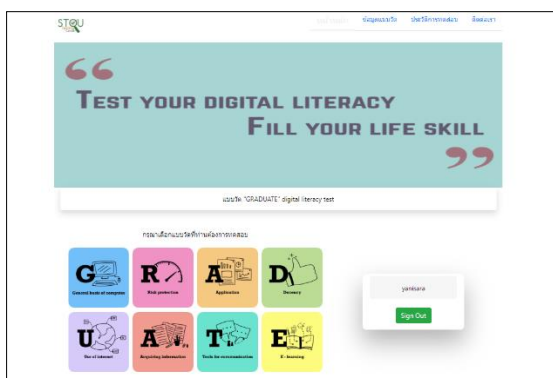
1.2 การให้คะแนนและเกณฑ์การแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดการตรวจให้คะแนนงาน (หรือข้อสอบ) โดยหากทำได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดในข้อนั้นๆ จะได้ 1 คะแนน หากทำไม่ได้จะได้ 0 คะแนน คะแนนรวมมากที่สุด (คะแนนเต็ม) และน้อยที่สุดที่เป็นไปได้ในแต่ละองค์ประกอบจะแตกต่างกันไปตามจำนวนตัวชี้วัดในองค์ประกอบนั้นๆ คะแนนรวมในแต่ละองค์ประกอบจะต้องนำมาเทียบเป็นร้อยละที่ทำได้ในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งกำหนดให้แต่ละองค์ประกอบมีน้ำหนักเท่ากัน คือ ร้อยละ 100 ในการแปลงคะแนนรวมเป็นร้อยละคำนวณได้จากอัตราส่วนระหว่างคะแนนที่ได้กับคะแนนเต็มคูณด้วย 100 ส่วนการแปลความหมายร้อยละของคะแนนในแต่ละองค์ประกอบ สามารถแปลความหมายได้โดยนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่ระบุ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแปลความหมายร้อยละของคะแนนของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล

ร้อยละ	ระดับ	ความหมาย
0-20	น้อย	ผู้สอบมีพื้นฐานความรู้และทักษะในองค์ประกอบนั้นๆ อยู่ในระดับน้อย
21-40	พอใช้	ผู้สอบมีพื้นฐานความรู้และทักษะในองค์ประกอบนั้นๆ อยู่ในระดับพอใช้
41-60	ปานกลาง	ผู้สอบมีพื้นฐานความรู้และทักษะในองค์ประกอบนั้นๆ อยู่ในระดับปานกลาง
61-80	ค่อนข้างดี	ผู้สอบมีพื้นฐานความรู้และทักษะในองค์ประกอบนั้นๆ อยู่ในระดับค่อนข้างดี
81-100	ดีมาก	ผู้สอบมีพื้นฐานความรู้และทักษะในองค์ประกอบนั้นๆ อยู่ในระดับดีมาก

1.3 รูปแบบทั่วไปของการทดสอบ ผู้สอบสามารถทดสอบได้หลายครั้งตามความต้องการ และใช้เวลาได้อย่างไม่จำกัด เนื่องจากการทดสอบที่เน้นการนำผลไปใช้ในการพัฒนาตนเองในด้านทักษะการรู้ดิจิทัล ในการเข้าใช้งานครั้งแรก ผู้สอบจะต้องลงทะเบียนเข้าใช้งานระบบ และตอบแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้ระบบบันทึกประวัติไว้ และเพื่อให้สามารถดูผลการวัดของตนเองได้ หากผู้สอบทำแบบวัดในแต่ละองค์ประกอบเรียบร้อยแล้ว ระบบจะรายงานผลคะแนนในองค์ประกอบนั้นๆ โดยมีรายละเอียด คือ ร้อยละของคะแนนที่ได้ ระดับความสามารถและความหมาย วันที่ เวลา และระยะเวลาที่ใช้ในการทำแบบวัด ตัวชี้วัดที่ทำได้ รวมทั้งตัวชี้วัดที่ทำไม่ได้

1.4 แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ผู้ที่สนใจสามารถเข้าใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านทาง URL คือ <https://stoutestcenter.com/> ฟังก์ชันการใช้งานมีสองส่วน คือ ส่วนของผู้ใช้ (User) ประกอบด้วยหน้าหลัก ข้อมูลแบบวัด ประวัติการทดสอบ ติดต่อเรา และส่วนของผู้ดูแลระบบ (Admin) ประกอบด้วยหน้าหลัก ข้อมูลแบบวัด รายงานประวัติการทดสอบ ติดต่อเรา หลังจากผู้ใช้งานลงทะเบียนแล้วสามารถเริ่มการทดสอบได้โดยเลือกหมวดหมู่ทักษะการรู้ดิจิทัลที่ต้องการ ในแต่ละหมวดการทดสอบจะเริ่มต้นด้วยคำแนะนำในการทดสอบ ตามด้วยงาน (หรือข้อสอบ) ซึ่งผู้ใช้งานต้องอ่านคำสั่ง และดำเนินการตามคำสั่ง หลังจากการทดสอบเสร็จสิ้น ผลการทดสอบ จะปรากฏขึ้นทันที ตัวอย่างหน้าจอที่สำคัญ แสดงดังภาพที่ 2



(ก) หน้าหลัก



(ข) ข้อมูลแบบวัด

ลำดับ	วันที่	เวลา(นาที)	ด้าน	ผลคะแนน(%)	รายละเอียด
1	23/02/2020	6.467	Use of internet	63.64%	View
2	23/02/2020	5.1167	General basis of computer	78.0%	View
3	23/02/2020	3.4	E-learning	28.57%	View
4	24/02/2020	6.7833	Risk protection	66.67%	View
5	24/02/2020	17.2	Applications	43.24%	View
6	24/02/2020	5.7333	Decency	41.67%	View
7	24/02/2020	1.1167	Acquiring information	0.0%	View

(ค) ประวัติการทดสอบ

ผู้พัฒนา อ.ดร. สุชาดา สดกกิจรุ่งโรจน์ Email: suchada.sig.tai@gmail.com การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนในรายวิชาการศึกษาคอมพิวเตอร์

(ง) ติดต่อเรา



(จ) ตัวอย่างการทดสอบแต่ละข้อ

วันที่: 23/02/2020 เวลา: 18:55:45 ระยะเวลา: 5.7 นาที รหัสประจำตัว: yjensara	ด้าน: General basis of computer
ร้อยละความผ่าน: 76.0% วิธีคิดที่นำไปใช้: - ความสามารถในการจำแนกความแตกต่างระหว่างอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (เช่น คอมพิวเตอร์, โน้ตบุ๊ก, แท็บเล็ต) และฟังก์ชันต่างๆ (เช่น stop, delete, copy, paste) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop)	วิธีคิดที่นำไปใช้: - ความสามารถในการจำแนกความแตกต่างระหว่างอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (เช่น คอมพิวเตอร์, โน้ตบุ๊ก, แท็บเล็ต) และฟังก์ชันต่างๆ (เช่น stop, delete, copy, paste) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop) - ความสามารถในการใช้คำสั่ง (start) และฟังก์ชัน (stop)

(ฉ) รายงานผลการทดสอบ

ภาพที่ 2 หน้าจอที่สำคัญของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน

2. การประเมินประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน

2.1 ประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ในความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษา

ผลการประเมินประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ในความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คนและนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่เป็นตัวแทนของ 12 สาขาวิชาจำนวน 30 คน ได้ผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ

ข้อคำถาม	ผู้ทรงคุณวุฒิ			นักศึกษา		
	M	SD	ระดับ	M	SD	ระดับ
ด้านเนื้อหา	4.80	0.41	มากที่สุด	4.39	0.60	มาก
1. ข้อคำถาม (คำสั่ง) มีความชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด	4.40	0.67	มาก
2. การจัดหมวดหมู่แบบวัดมีความเหมาะสม	5.00	0.00	มากที่สุด	4.47	0.51	มาก
3. ภาษาที่ใช้ในข้อคำถามมีความถูกต้องเข้าใจง่าย	4.67	0.58	มากที่สุด	4.30	0.70	มาก
4. ข้อมูลผลการทดสอบที่น่าเสนอช่วยให้ทราบประเด็นในการพัฒนาตนเอง	4.67	0.58	มากที่สุด	4.30	0.53	มาก
5. คู่มือการใช้งานมีเนื้อหาที่จำเป็นครบถ้วน	5.00	0.00	มากที่สุด	4.47	0.57	มาก

ข้อความ	ผู้ทรงคุณวุฒิ			นักศึกษา		
	M	SD	ระดับ	M	SD	ระดับ
ด้านการออกแบบ	4.47	0.74	มาก	4.22	0.80	มาก
1. การออกแบบหน้าจอการใช้งานมีความเหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด	4.23	0.86	มาก
2. การจัดวางเมนูทำให้ใช้งานสะดวก เข้าถึงง่าย	4.33	1.15	มาก	4.27	0.91	มาก
3. การออกแบบวิธีการวัดมีความน่าสนใจ	4.67	0.58	มากที่สุด	4.23	0.73	มาก
4. ตัวอักษร มีสีและขนาดเหมาะสม	4.00	1.00	มาก	4.17	0.65	มาก
5. ภาพประกอบมีความชัดเจน สอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	มากที่สุด	4.20	0.89	มาก
ด้านการใช้งาน	4.46	0.59	มาก	4.27	0.83	มาก
1. การสมัครสมาชิกและการเข้าสู่ระบบทำได้สะดวก	4.67	0.58	มากที่สุด	4.63	0.49	มากที่สุด
2. คำแนะนำในการทดสอบช่วยให้เข้าใจวิธีการทดสอบได้ดี	4.33	0.58	มาก	4.47	0.86	มาก
3. การทำงานของแอปพลิเคชันมีความต่อเนื่อง ราบรื่น	4.00	1.00	มาก	3.97	0.96	มาก
4. การเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ มีความถูกต้อง	4.33	0.58	มาก	3.73	0.83	มาก
5. เมื่อเกิดปัญหาในการใช้งานสามารถหาทางแก้ไขได้จากคู่มือ	4.00	0.00	มาก	3.97	0.81	มาก
6. การประเมินผลการทดสอบมีความรวดเร็ว	4.67	0.58	มากที่สุด	4.37	0.85	มาก
7. การบันทึกและพิมพ์ผลการทดสอบทำได้ง่าย	4.67	0.58	มากที่สุด	4.43	0.82	มาก
8. การค้นหาผลการทดสอบที่ผ่านมาทำได้สะดวก	5.00	0.00	มากที่สุด	4.60	0.50	มากที่สุด
ภาพรวม	4.56	0.60	มากที่สุด	4.29	0.77	มาก

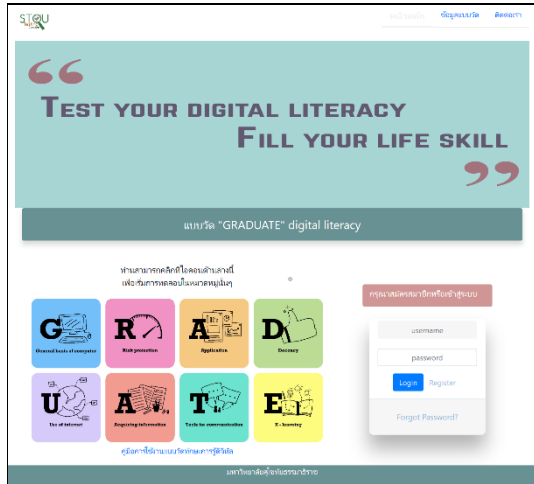
นอกจากนี้ผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษาได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จุดเด่น สิ่งที่ควรปรับปรุง และข้อคิดเห็นอื่นๆ จากการทดลองใช้งานแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ

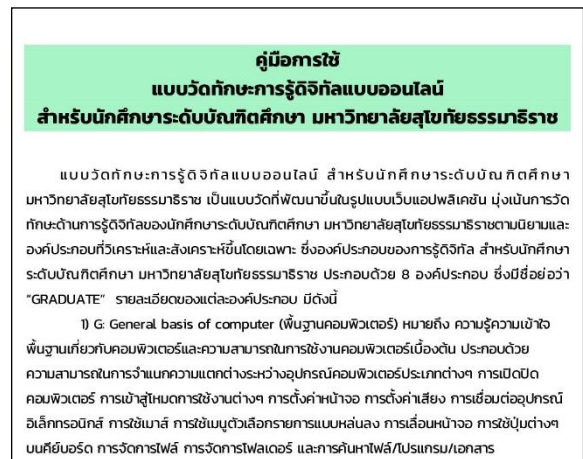
ประเด็น	รายละเอียด
จุดเด่น	1) การวัดครอบคลุมทักษะการรู้ดิจิทัลหลายด้าน จัดเป็นหมวดหมู่ดี เข้าใจง่าย 2) การลงมือปฏิบัติจากสถานการณ์ที่กำหนดทำให้มีการวัดน่าสนใจ เสมือนจริง 3) การแจ้งผลคะแนนมีรายละเอียดตัวชี้วัดที่ทำได้และทำไม่ได้ ทำให้รู้ข้อผิดพลาดของตนเอง นำไปสู่การพัฒนาและการศึกษาเพิ่มเติม 4) ใช้งานง่าย สะดวก คล่องตัว ประเมินผลได้อย่างรวดเร็ว ไม่เสียเวลาการเดินทาง
สิ่งที่ควรปรับปรุง	1) จัดทำอินโฟกราฟิกข้อมูลแบบวัด 2) ปรับค่าต่างๆ ที่ใช้ในเว็บแอปพลิเคชันให้เหมาะสม 3) ปรับขนาดตัวอักษรและสีให้เหมาะสม 4) ปรับระบบให้มีความเสถียรและความต่อเนื่องในการใช้งาน 5) ปรับ Resolution หน้าจอให้เหมาะสม 6) พอดี ปุ่ม next อยู่ห่าง ทำให้ต้องเลื่อนหน้าจอลงมาทุกครั้ง 7) ปรับระบบให้มีเข้าใจได้ง่าย หรือมีการตอบสนองเมื่อตอบคำถามแต่ละข้อเสร็จ
ข้อคิดเห็นอื่นๆ	1) ควรแยกคำแนะนำการทำแบบวัดออกมาเป็นอีกส่วนหนึ่ง 2) ควรมีการ์ตูน เป็นตัวละครหลักในการเดินเรื่อง 3) ควรมีการประชาสัมพันธ์ 4) ควรพัฒนาความราบรื่นในการใช้งาน 5) ควรเลือกรูปภาพที่ใช้ประกอบให้เหมาะสม

2.2 การปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล

ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นหลักในการปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลตามผลการประเมินประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลในความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษา และได้ดำเนินการปรับปรุงในส่วนที่สามารถทำได้ภายในกรอบการวิจัยครั้งนี้ คือ ปรับปรุงสิ่งที่ใช้ในเว็บแอปพลิเคชันให้มีจุดเน้นที่แตกต่างกัน ปรับการใช้คำในรายงานผลการวัดให้เหมาะสม ปรับขนาดตัวอักษรในคู่มือให้เหมาะสม และจัดทำอินโฟกราฟิกแนะนำข้อมูลแบบวัดและประชาสัมพันธ์ข้อมูลแก่นักศึกษา ส่วนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงอื่นๆ อยู่นอกเหนือกรอบเวลาและขอบเขตการวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อคิดเห็นดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาภายหลัง ตัวอย่างการปรับปรุงแสดงดังภาพที่ 3



(ก) การปรับปรุงสีที่ใช้ในเว็บแอปพลิเคชัน



(ข) การปรับปรุงขนาดตัวอักษรของคู่มือ



(ค) การจัดทำอินโฟกราฟิก

ภาพที่ 3 การปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน

แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้ที่ <https://stoutestcenter.com/> ผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าทดสอบได้ทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการ โดยสามารถเลือกการทดสอบได้ทั้ง 8 องค์ประกอบ เมื่อการทดสอบเสร็จสิ้นจะมีการรายงานผลการทดสอบทันที โดยผลการทดสอบจะบอกระดับความสามารถ รวมทั้งจำแนกตัวชี้วัดที่ผู้รับการทดสอบทำได้ และตัวชี้วัดที่ควรพัฒนาออกจากกัน เพื่อให้ผู้รับการทดสอบสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาตนเองในอนาคตได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลที่ระบุว่าผลการทดสอบควรให้ข้อมูลป้อนกลับที่ผู้รับการทดสอบสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาตนเองได้ (Sparks, Katz, & Beile, 2016)

การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในครั้งนี้ใช้รูปแบบการกำหนดกรอบและสังเคราะห์ทักษะการรู้ดิจิทัลที่จำเป็นขึ้นมาก่อน จากนั้นจึงสร้างงานจากตัวชี้วัดที่กำหนดขึ้น ซึ่งเป็นการวัดชุดของทักษะอย่างเป็นรูปธรรมแต่แยกองค์ประกอบอย่างชัดเจน ต่างจากแนวทางการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลอีกรูปแบบหนึ่งที่เน้นองค์รวมและมีความเป็นนามธรรมมากกว่า แต่เป็นการวัดที่ตรงตามสภาพการณ์จริงที่การดำเนินการต้องอาศัยทักษะต่างๆ ร่วมกัน (Sparks, Katz, & Beile, 2016) อย่างไรก็ดีโดยหลักทั่วไปแล้ว การวัดทักษะการรู้ดิจิทัลควรวัดผ่านสถานการณ์จริง ผู้วิจัยจึงได้พยายามพัฒนางาน (หรือข้อสอบ) ที่มีลักษณะคล้ายสถานการณ์จริงมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ในระหว่างการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน มีความท้าทายที่เกิดขึ้นในหลายประเด็น ได้แก่

1) การออกแบบงาน (หรือข้อสอบ)

การออกแบบงาน (หรือข้อสอบ) สำหรับวัดทักษะการรู้ดิจิทัลตามตัวชี้วัดต่างๆ โดยเน้นการวัดการปฏิบัติเป็นสิ่งที่ยากและมีความซับซ้อนมากกว่าการวัดความรู้ เนื่องด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1.1) การวัดทักษะตามตัวชี้วัด 1 ตัว สามารถวัดได้จากงานหลายรูปแบบ และการวัดในแต่ละรูปแบบมีวิธีการที่ทำให้งานสำเร็จได้หลายวิธี เช่น ตัวชี้วัด “ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลผ่านระบบคลาวด์” อาจออกแบบงานเพื่อวัดความสามารถดังกล่าวผ่านคลาวด์ประเภทต่างๆ เช่น Google Drive, OneDrive, Dropbox ฯลฯ ซึ่งคลาวด์แต่ละประเภทจะมีรูปแบบในการใช้งานที่แตกต่างกัน ขณะเดียวกันหากกำหนดขอบเขตการวัดทักษะความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลผ่านระบบคลาวด์รูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง สมมติว่าเป็น Google Drive วิธีการที่ใช้ในการนำไฟล์จากเครื่องคอมพิวเตอร์ไปเก็บใน Google Drive มีหลายวิธี เช่น การลากจากโฟลเดอร์ในคอมพิวเตอร์ไปวางไว้ใน Google Drive การคลิกเลือกเมนูเพิ่มไฟล์จาก Google Drive การโอนถ่ายข้อมูล (Synchronize) ระหว่างคอมพิวเตอร์กับ Google Drive ด้วยการตั้งค่าล่วงหน้า เป็นต้น จากตัวอย่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบงานในแต่ละตัวชี้วัดมีความซับซ้อน การออกแบบงาน (หรือข้อสอบ) ให้สามารถวัดได้อย่างครอบคลุมเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันอย่างมาก ขณะเดียวกันต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในหลายสาขาวิชา เช่น การวัดผล คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ด้วยข้อจำกัดดังกล่าว การออกแบบงานในการวิจัยครั้งนี้จึงต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน กำหนดขอบเขตการวัดโดยพิจารณาจากวิธีการหลักและเครื่องมือในภาพกว้างที่คนส่วนใหญ่ใช้ รวมถึงพิจารณาความเป็นไปได้ในการตรวจให้คะแนนทันที (Automated scoring) ด้วย (Sparks, Katz, & Beile, 2016) อย่างไรก็ดี เมื่อนำเว็บแอปพลิเคชันไปใช้งานจริง พบว่าการกำหนดขอบเขตการวัดดังกล่าวทำให้เห็นข้อจำกัดในการวัด เพราะผู้รับการทดสอบบางคนไม่ได้คะแนนในการทดสอบบางข้อ เพราะลงมือปฏิบัติด้วยวิธีการที่แตกต่างจากที่กำหนดไว้ในโปรแกรม ทั้งที่วิธีการดังกล่าวเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่ทำได้ ดังนั้น ความท้าทายในประเด็นแรกของการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รวมถึงการพัฒนาแบบวัดทักษะอื่นๆ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน คือ การออกแบบงานให้ครอบคลุมเนื้อหาและความเป็นไปได้ในการใช้งานทุกรูปแบบ โดยงานที่ออกแบบนั้นต้องสามารถตรวจให้คะแนนได้ทันทีด้วย

1.2) รูปแบบของงาน (หรือข้อสอบ) สำหรับการวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน อาศัยการทำงานผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ในหลากหลายลักษณะ เช่น การพิมพ์ข้อความ การคลิกลากวางคำตอบ การคลิกเลือกคำตอบจากหน้าจอ การเลื่อนเมาส์ การคลิกเมาส์ด้านขวา การคลิกเมาส์ด้านซ้าย การคลิกเมาส์ 1 หรือ 2 ครั้ง เป็นต้น การทำงานที่

หลากหลายดังกล่าวดังออกมาเพื่อให้สถานการณ์การทดสอบมีความสมจริงมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้รูปแบบของงาน (หรือข้อสอบ) มีความแตกต่างกัน เมื่อนำไปใช้งานจริงพบว่าผู้รับการทดสอบบางคนสับสน เนื่องจากวิธีการทดสอบไม่ใช่รูปแบบที่คุ้นเคย ต้องใช้ความพยายามในการปรับตัวเพื่อให้สามารถทำตามคำสั่งแต่ละข้อได้สำเร็จ ดังนั้น ความท้าทายในการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รวมถึงการพัฒนาแบบวัดทักษะอื่นๆ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน คือ การกำหนดรูปแบบหรือแพทเทิร์นของงานให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์การใช้งานจริง ขณะเดียวกันควรมีแพทเทิร์นในการทดสอบหลายๆ ไม่แตกต่างกันมากเกินไปจนทำให้ผู้รับการทดสอบสับสนได้

2) การเขียนโปรแกรม

จากการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันร่วมกับโปรแกรมเมอร์ พบความท้าทายประการหนึ่งคือ การสร้างแบบวัดทักษะที่เน้นการปฏิบัติ และมีรูปแบบงาน (หรือข้อสอบ) ในแบบวัดแตกต่างกันมาก การเขียนโปรแกรมจะต้องลงรายละเอียดรายข้อเพราะไม่สามารถใช้ชุดคำสั่งของข้อคำถามหนึ่งไปใช้กับอีกข้อคำถามหนึ่งได้ ต่างจากการเขียนโปรแกรมแบบวัดทั่วไปที่มีรูปแบบคำถามในลักษณะเดียวกันตลอดทั้งแบบวัด การเขียนชุดคำสั่งในการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รูปแบบเว็บแอปพลิเคชันจึงทำได้ยากกว่าและใช้เวลาในการพัฒนาค่อนข้างนาน

นอกจากนี้ การออกแบบการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รูปแบบเว็บแอปพลิเคชันก่อนลงมือทำจริง ผู้วิจัยได้ออกแบบให้โปรแกรมสามารถเรียกซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบขึ้นมาใช้งานด้วยคาดหวังว่าจะทำให้สถานการณ์การทดสอบคล้ายกับสถานการณ์จริงมากที่สุด เช่น ตัวชี้วัดที่เน้นการใช้งานโปรแกรมประมวลผลคำ หากเรียกโปรแกรมประมวลผลคำขึ้นมาและให้ผู้รับการทดสอบลงมือทำตามคำสั่งที่กำหนด จะทำให้สถานการณ์การทดสอบเหมือนจริงมาก แต่เมื่อดำเนินการจริงพบว่ามีข้อจำกัดในเรื่องการให้คะแนน ซึ่งถึงแม้จะสามารถเขียนโปรแกรมให้เรียกซอฟต์แวร์ที่ต้องการขึ้นมาได้ แต่การติดตามการลงมือทำและการให้คะแนนทันทีทำได้ยากลำบาก รวมทั้งมีผลกระทบต่อประเด็นอื่นๆ ตามมา ในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้วิธีการสร้างภาพหน้าจอสถานการณ์การทดสอบแต่ละเฟรมแล้วเขียนคำสั่งให้การทดสอบดำเนินไปตามทิศทางที่กำหนดเมื่อมีการกระทำบางอย่างเกิดขึ้น เช่น การคลิกในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง การตอบคำถามตรงตามคีย์เวิร์ดที่กำหนด การเลือกตัวเลือกที่กำหนด การพิมพ์ข้อความตามคำสั่ง เป็นต้น ผู้รับการทดสอบจะได้คะแนนในสถานการณ์ดังกล่าวเมื่อปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ ซึ่งวิธีการตรวจให้คะแนนทันทีแบบอัตโนมัตินี้ใช้หลักการเดียวกับที่ Sparks, Katz, & Beile (2016) แนะนำไว้

จากสองประเด็นที่กล่าวข้างต้นจึงเห็นได้ว่าข้อจำกัดและอุปสรรคอย่างหนึ่งของการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน คือ ความเชี่ยวชาญในการนำความรู้ทางเทคโนโลยีมาใช้ รวมถึงการทำงานที่ต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ อย่างไรก็ดี ประสพการณ์และอุปสรรคต่างๆ ที่กล่าวมาจะช่วยให้ผู้อ่านสามารถวางแผนและออกแบบการพัฒนาแบบวัดทักษะด้านอื่นๆ ที่เน้นการลงมือปฏิบัติได้ดียิ่งขึ้น

3) ความทันสมัยของงาน

การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน มีความท้าทายอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกักระยะเวลาและความทันสมัยในการนำไปใช้ เนื่องจากระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาแบบวัดตั้งแต่ขั้นตอนการสังเคราะห์ความหมาย องค์กรประกอบ ตัวชี้วัด การสร้างงาน การตรวจสอบคุณภาพของงาน การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน การทดลองใช้ จนกระทั่งการปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชัน ล้วนแล้วแต่ใช้เวลาทั้งสิ้น ในระหว่างการทำงานขั้นต้น งาน (หรือข้อสอบ) ที่ออกแบบมามีความทันสมัยและตรงกับสภาพการณ์ ณ ขณะนั้น แต่ระยะเวลาที่ใช้ดำเนินการในแต่ละขั้นตอน และการเปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีภายนอกเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ เมื่อพัฒนาแบบวัดแล้วเสร็จ งาน (หรือข้อสอบ) บางข้อจากที่เคยทันสมัยได้กลายเป็นล้าสมัยในทันที และผู้วิจัยไม่สามารถตามแก้ไข งาน (หรือข้อสอบ) ให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา เนื่องด้วยข้อจำกัดของกรอบการวิจัยด้านระยะเวลาและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ผู้ที่สนใจพัฒนาแบบวัดทักษะอื่นๆ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันจึงจำเป็นต้องดำเนินงานในรูปแบบทีมงานเพื่อให้มีกำลังมากพอในการปรับปรุงแก้ไขเว็บแอปพลิเคชันให้ทันสมัย

อยู่เสมอ นอกจากนั้น ต้องตระหนักและติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถมองเห็นปัญหาและหาทางแก้ไขได้อย่างทัน่วงที

2. ประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน

โดยทั่วไปแล้ว แนวทางในการประเมินประสิทธิภาพของแบบวัดออนไลน์อาจมีความแตกต่างไปตามลักษณะงานวิจัยนั้นๆ ดังเช่นงานวิจัยของ Klongklaew and Chaikaew (2015) ซึ่งได้พัฒนาแบบสอบถามออนไลน์สำหรับทดสอบความสนใจอาชีวศึกษาด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้ประเมินแบบทดสอบที่พัฒนาขึ้นในด้านความชัดเจนของคำชี้แจง ภาษา ตัวอักษร ข้อความ ประเมินความง่ายและความสะดวกในการใช้งาน รวมทั้งประเมินความเหมาะสมของเวลาและสิ่งที่ใช้ในการออกแบบ ขณะที่งานวิจัยของ Bunliptanon et al. (2017) ซึ่งพัฒนาโปรแกรมต้นแบบของระบบแบบทดสอบออนไลน์ที่ปรับเปลี่ยนตามความสามารถของผู้สอบ โดยใช้แบบจำลองการทดสอบอัตราส่วนความน่าจะเป็นเชิงลำดับ กรณีสึกษา: ภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน ได้ประเมินการใช้งานโปรแกรมต้นแบบใน 4 ประเด็น คือ ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ความถูกต้องของระบบ และความสอดคล้องของระบบกับความต้องการใช้งาน รวมทั้งประเมินคุณภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ใน 3 ประเด็นหลักคือ คุณภาพของสารสนเทศ คุณภาพของระบบ และ คุณภาพของการบริการ ส่วนงานวิจัยของ Praksa, Simpol, and Sujiva (2018) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลและแบบวัดออนไลน์เพื่อวัดทักษะการดำรงชีวิตและการทำงานของนักเรียนประถมศึกษา เน้นการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ในการใช้งานระบบ จะเห็นได้ว่าแนวทางในการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมมีความแตกต่างกันไป การเลือกแนวทางที่เหมาะสมกับรูปแบบของงานวิจัยนั้นๆ จึงเป็นสิ่งที่นักวิจัยต้องพิจารณา

งานวิจัยครั้งนี้ประเมินประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ โดยพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและความคิดเห็นของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ซึ่งได้ทดลองใช้งานจริง กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่มมีบทบาทในการประเมินประสิทธิภาพของแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ทั้งในด้านเนื้อหา (ความชัดเจนของคำสั่ง ความเหมาะสมในการจัดหมวดหมู่ของการวัด ความถูกต้องของการใช้ภาษา ข้อมูลผลการทดสอบ คู่มือการใช้งาน) ด้านการออกแบบ (หน้าจอ เมนู วิธีการวัด ตัวอักษร ภาพประกอบ) และด้านการใช้งาน (การสมัครสมาชิกและการเข้าสู่ระบบ คำแนะนำในการทดสอบ ความต่อเนื่องของการใช้งาน การเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ การหาทางแก้ไขปัญหาคู่มือ การประเมินผลการทดสอบ การบันทึกและพิมพ์ผลการทดสอบ การค้นหาผลการทดสอบ) ซึ่งเป็นประเด็นที่สอดคล้องและเกี่ยวข้องกับลักษณะแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ที่พัฒนาขึ้นในครั้งนี้ ซึ่งผลการประเมินพบว่าแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ มีประสิทธิภาพในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันสามารถนำไปใช้เป็นทางเลือกหนึ่งในการประเมินความสามารถของผู้รับการทดสอบและเป็นโปรแกรมต้นแบบในการพัฒนาแบบวัดทักษะด้านต่างๆ ที่เน้นการลงมือปฏิบัติในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษาได้ให้ข้อคิดเห็นสำหรับการพัฒนาในหลายประเด็น ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปประเด็นหลักในการปรับปรุงเว็บแอปพลิเคชันสำหรับแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ไว้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นในอนาคต ขณะเดียวกันได้ดำเนินการปรับปรุงในส่วนที่สามารถทำได้ภายในกรอบการวิจัยครั้งนี้ทันทีด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. แบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัลฯ รูปแบบเว็บแอปพลิเคชันสามารถนำไปใช้ในประเมินระดับความสามารถของนักศึกษา อันจะนำไปสู่การพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลของนักศึกษาอย่างเหมาะสมต่อไป

2. ผลการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน และปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่พบระหว่างกรดำเนินงานสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือออกแบบแบบวัดทักษะอื่นๆ ที่เน้นการปฏิบัติในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อให้กระบวนการพัฒนาแบบวัดมีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รูปแบบเว็บแอปพลิเคชันในครั้งนี้เป็นการประเมินชุดของทักษะที่แยกองค์ประกอบอย่างชัดเจน ในการแปลความหมายจึงจำเป็นต้องแยกไปในแต่ละทักษะ แต่ในสถานการณ์จริงการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้สำเร็จต้องอาศัยทักษะหลายอย่างร่วมกัน ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาแบบวัดที่เน้นประเมินแบบองค์รวมเพื่อให้เห็นความสามารถในการนำทักษะที่หลากหลายไปใช้แก้ปัญหาต่างๆ ให้สำเร็จ

2. ควรมีการพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้ดิจิทัล รูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ที่ใช้วิธีการเรียกใช้งานโปรแกรมต่างๆ ระหว่างการทดสอบอย่างแท้จริง ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงการตรวจให้คะแนนทันทีแบบอัตโนมัติด้วย

บรรณานุกรม

- Bunliptanon, T., Khamkaew, K., Preechapanich, O., & Thernmontri, S. (2017). A Prototype of Online Adaptive Testing System Using Sequential Probability Ratio Test Model Case Study: Basic English. *Thaksin Journal*, 20(3), 308-316. (in Thai)
- Catts, R. (2005). *Information Skills Survey Technical Manual (1st ed.)*. Canberra, Australia: Council of Australian University Librarians. Retrieved from <http://www.caul.edu.au/content/upload/files/info-literacy/ISSTechnicalManual2005.pdf>
- Certiport. (2017). *IC3 Digital Literacy Certification*. Retrieved October 24, 2017 from <https://certiport.pearsonvue.com/Certifications/IC3/Digital-Literacy-Certification/Certify/IC3-Global-Standard-5>
- Council for Aid to Education. (2014). *CLA+ Student Guide*. New York, NY: Council for Aid to Education. Retrieved from http://cae.org/images/uploads/pdf/CLA_Student_Guide_Individual.pdf
- Klongklaew, W., & Chaikaew, N. (2015). The Online Questionnaires Development for Vocational Interest Test in Information and Communication Technology. *Naresuan Phayao Journal*, 8(1), 39-43. (in Thai)
- Prachanban, P., & Konpueng, A. (2016). The Research and Development of the Measurement Instruments of the Media Literacy Skills in the 21st Century for Secondary Students. *Journal of education Naresuan University*, 18(1), 144-154. Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/54933. (in Thai)
- Praksa, P., Simpol, W., & Sujiva, S. (2018). The Life and Career Skills of Primary School Students: A Tentative Model and an Online Scale. *Journal of Education Studies*, 47(1), 337-357. (in Thai)
- Sakolkijrungrroj, S. (2020). The Synthesis of Definition, Components, and Indicators of Digital Literacy Skills for Sukhothai Thammathirat Open University Graduate Students. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning*, 10(1), 82-97. (in Thai)
- Sparks, J.R., Katz, I.R., & Beile, P.M. (2016). *Assessing Digital Information Literacy in Higher Education: A Review of Existing Frameworks and Assessments with Recommendations for Next-Generation Assessment* (Research Report No. RR-16-32). Princeton, NJ: Educational Testing Service. DOI: 10.1002/ets2.12118

- Srisatidnarakul, B. (2012). *Development and validation of research instruments: psychometric properties*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Sukhothai Thammathirat Open University. (2015). *Distance Education* (1st Revision). Bangkok: Sangchan Publisher. (in Thai)
- Techataweewan, W., & Prasertsin, U. (2017). Digital Literacy Assessment of the Undergraduate Students of the Universities in Bangkok and Its Vicinity. *Journal of Information Science*, 34(4). Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jiskku/article/view/81035>. (in Thai)
- The Association of College and Research Libraries. (2000). *Information Literacy Competency Standards for Higher Education*. Retrieved from <http://www.ala.org/acrl/standards/information literacy competency>.

Received: 08-11-2020

Revised: 01-02-2021

Accepted: 10-02-2021

ผลการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา
มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Learning Outcomes of Remote-Learning under Situation of the COVID-19
Outbreak by Online Meeting on Digital Literacy Subject at the Faculty of
Education and Educational Innovation, Kalasin University

อัญญปารย์ ศิลปนิลมาลย์¹

Unyaparn Sinlapaninman

unyaparn@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล และ 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล จำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ชั้นปีที่ 1 หมู่ 1 รวม 28 คน ได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ 2) แบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (t-test dependent Sample) และการทดสอบที (t-test Independent Sample)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล ด้านความรู้ นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ด้านทักษะ นักศึกษาปฏิบัติสร้างชิ้นงานผ่านเกณฑ์ปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือร้อยละ 80 2) ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.04) และ 3) ความพึงพอใจในการเรียนรู้ระยะไกล ด้วยการประชุมออนไลน์ จำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การเรียนรู้ระยะไกล, สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, การประชุมออนไลน์

¹ คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Faculty of Education and Educational Innovation, Kalasin University

Abstract

This research aimed to 1) study the learning outcomes of remote-learning under situation of the COVID-19 outbreak by online meeting on digital literacy subject 2) study the satisfaction of students towards remote-learning under the situation of the COVID-19 outbreak by online meeting on digital literacy subject and 3) compare satisfaction towards remote-learning under the situation of the COVID-19 outbreak by online meeting on digital literacy subject classified by gender. The sample of this research consisted of 28 first-year section 1 in Thai major students, Faculty of Education and Educational Innovations Kalasin University, selected by cluster random sampling. The research tools were: 1) an achievement test and 2) a satisfaction questionnaire. The research statistics used were percentage, mean, standard deviation, t-test (dependent Samples), and t-test (Independent Samples).

The findings of the study were as follows: 1) the learning outcomes of remote-learning under situation of the COVID-19 outbreak by online meeting on digital literacy subject in the aspect of knowledge, their achievement of the learner after learning were higher than before learning at a significance level of 0.05 and in the skills aspect, the students passed their practice criteria at 100 which was higher than the assigned criteria (80 percentage) ;2) the satisfaction of students towards remote-learning under the situation of the COVID-19 outbreak by online meeting on digital literacy subject was at a high level ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.04) ;and 3) the satisfaction towards remote-learning under the situation of the COVID-19 outbreak by online meeting on digital literacy subject classified by gender was learning at a significance level of 0.05.

Keywords: Remote-Learning, Under Situation of the COVID-19 Outbreak, Online Meeting

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปี พ.ศ.2563 โลกประสบกับสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบทั้งต่อการดำเนินชีวิต ภาคสังคม ภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย รวมถึงภาคการศึกษาของประเทศ ที่ต้องปรับตัวในการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ “New Normal” ซึ่งในระดับอุดมศึกษา โดยกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม มีมาตรการและการเฝ้าระวังการระบาดและโรคติดเชื้อของไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 ครอบคลุมเนื้อหาเรื่องการให้มหาวิทยาลัยทุกแห่งหยุดการเรียนการสอนแบบปกติแล้วปรับเปลี่ยนเป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์ทั้งหมด (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2563) และมาตรการการเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ในปีการศึกษา 2563 มีแนวปฏิบัติให้จัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ในรายวิชาที่มีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนจำนวนมาก ในรายวิชาที่สอนแบบปกติให้มีการจัดการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (สำนักงานปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2563) จากมาตรการดังกล่าว มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ จึงได้จัดห้องเรียนแบบเสมือนด้วยการประชุมออนไลน์สำหรับการบรรยาย กลุ่มย่อย และการอภิปรายแบบตัวต่อตัว เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการเรียนการสอน ผ่าน Microsoft Teams

Microsoft Teams เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการทำงานเป็นทีมใน Microsoft 365 โดยมีคุณสมบัติสามารถร่วมงานในการแชท ประชุม/เรียนรู้ร่วมกันในทีเดียว ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม อาจารย์และนักศึกษาสามารถเข้าถึง แชร์ และแก้ไขไฟล์เอกสาร Word ไฟล์ Power Point และไฟล์ Excel แบบเรียลไทม์ อาจารย์สามารถดำเนินการได้โดย ก่อนการเรียนรู้สามารถส่งคำเชิญให้นักศึกษาทราบกำหนดการ สันทนาการกับนักศึกษาก่อนเริ่มการเรียนรู้ อาจารย์สามารถเข้าถึงบันทึกย่อและการบันทึกการเรียนรู้ครั้งก่อนได้อย่างง่ายดาย ระหว่างการเรียนรู้ เริ่มการจัดการเรียนรู้ อาจารย์สามารถเปิดวิดีโอ แชร์เนื้อหา ทำกิจกรรมร่วมกันด้วยการผสมรวมกับ Microsoft 365 สร้างการบันทึกเสียง วิดีโอ และกิจกรรมหน้าจอ หลังการเรียนรู้

อาจารย์สามารถแชร์การบันทึกการเรียนรู้ และบันทึกย่อ ให้กับนักศึกษาในกลุ่ม สามารถแชทกับนักศึกษา นัดหมายการประชุมการเรียนรู้ครั้งต่อไป (Kirk Koenigsbauer, 2016) อีกทั้ง Microsoft Teams มีประโยชน์ต่อการศึกษา โดยถูกออกแบบมาเพื่อทำหน้าที่เป็นฮับห้องเรียนดิจิทัล ซึ่งมีฟีเจอร์สำหรับการสนับสนุนอาจารย์ในการจัดการห้องเรียนหลายวิธี อาจารย์สามารถปิดเสียงนักศึกษาที่อาจใส่ข้อความที่รบกวนสมาธิ หรือไม่เหมาะสมลงในการอภิปรายกลุ่ม และสามารถลบข้อความที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์เหล่านั้นได้ทั้งหมด เป็นแพลตฟอร์มการติดต่อสื่อสารที่มีฟีเจอร์เฉพาะในการสนับสนุนการเรียนการสอน ผ่านได้ทั้งทางเว็บเบราว์เซอร์ สมาร์ทโฟน และติดตั้งโปรแกรมลงเครื่องคอมพิวเตอร์ การเรียนรู้ Microsoft Teams ยังเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้สร้างการเรียนรู้ และฝึกฝนความเป็นพลเมืองดิจิทัลควบคู่ไปกับการเรียนรู้ทางวิชาการอีกด้วย (Microsoft, 2019)

ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล เป็นวิชาในหมวดวิชาการศึกษาทั่วไป ที่มีจุดมุ่งหมายให้นักศึกษาความรู้ความเข้าใจ ตลอดจน มีความสามารถ 4 มิติ ได้แก่ การใช้ (Use) การเข้าใจ (Understand) การสร้าง (create) และการเข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัล (มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 2561, น.16) โดยในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้สอนวิชาดังกล่าว ได้จัดการเรียนการสอนแก่นักศึกษา ชั้นปีที่ 1 หมู่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประชุมออนไลน์ ซึ่งเป็นการเรียนรู้ระยะไกล ผ่าน Microsoft Teams ซึ่งเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ใหม่สำหรับนักศึกษา จำเป็นที่ผู้วิจัยจะต้องทำความเข้าใจกับนักศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดกิจกรรมผ่าน Microsoft Teams ในรายวิชาดังกล่าว โดยฝึกการเรียนรู้ผ่านช่องทางนี้ให้ถูกต้อง และสามารถนำองค์ความรู้และสมรรถนะดังกล่าว ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนองนโยบายของกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม และประเทศไทยต่อมาตรการการเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ในปีการศึกษา 2563

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยเกี่ยวกับผลการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษา อาจารย์ และมหาวิทยาลัยที่จะนำข้อมูลไปพัฒนาการเรียนรู้ออนไลน์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล จำแนกตามเพศ

นิยามศัพท์

การเรียนรู้ระยะไกล หมายถึง การจัดการเรียนรู้ด้วยการประชุมออนไลน์ ผ่าน Microsoft Teams ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ โดยสร้างกลุ่มทั้งแบบกลุ่มใหญ่ และทำงานกลุ่มย่อย ออกแบบให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่อาจารย์จัดให้ วิดีโอคอล อัดเสียง บันทึกวิดีโอระหว่างเรียน และแชร์ไฟล์ แก้ไขไฟล์ร่วมกันแบบเรียลไทม์ใน Teams โดยสามารถใช้งานได้ในทุกแพลตฟอร์ม

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หมายถึง สภาพการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2563 ซึ่งการศึกษาของประเทศไทยในปีการศึกษา 2563 มีแนวปฏิบัติให้จัดการ

สอนแบบออนไลน์ในรายวิชาที่มีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนจำนวนมาก ในรายวิชาที่สอนแบบปกติให้มีการจัดมาตรการควบคุม และป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

การประชุมออนไลน์ หมายถึง การประชุมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ผ่าน Microsoft Teams ซึ่งอาจารย์สามารถดำเนินการก่อนการเรียนรู้ โดยส่งคำเชิญให้นักศึกษาทราบกำหนดการ สันทกานักศึกษาก่อนเริ่มการเรียนรู้ อาจารย์สามารถเข้าถึงบันทึกย่อและการบันทึกการเรียนรู้ครั้งก่อนได้อย่างง่ายดาย ระหว่างการเรียนรู้ เริ่มการจัดการเรียนรู้ อาจารย์สามารถเปิดวิดีโอ แชร์เนื้อหา ทำกิจกรรมร่วมกันด้วยการผสมรวมกับ Microsoft 365 สร้างการบันทึกเสียง วิดีโอ และกิจกรรมหน้าจอ หลังการเรียนรู้ แชร์บันทึกการเรียนรู้และบันทึกย่อ แชทกับนักศึกษา นัดหมายการประชุมการเรียนรู้ครั้งต่อไป

ผลการเรียนรู้ระยะไกล หมายถึง ผลการเรียนรู้ผ่าน Microsoft Teams ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านความรู้ วัดจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ ด้านทักษะ จากการปฏิบัติด้วยใบงานสร้างชิ้นงาน 5 ชิ้นงาน ได้แก่ การใช้โปรแกรมประมวลผลคำ การใช้โปรแกรมตารางคำนวณ การใช้โปรแกรมนำเสนอผลงาน การใช้โปรแกรมออนไลน์สร้างแบบสอบถาม และการใช้โปรแกรมออนไลน์สร้างสื่อดิจิทัล โดยเปรียบเทียบคะแนนชิ้นงานกับเกณฑ์ผ่านร้อยละ 80

ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. มหาวิทยาลัย และผู้สอน ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ความพร้อม ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ จากนักศึกษา เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ครั้งต่อไป
2. นักศึกษาสามารถใช้โปรแกรมประชุมออนไลน์ และมีประสบการณ์ในการเรียนรู้ระยะไกล
3. ได้แนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้ในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลก

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษา สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 2 หมู่เรียน รวม 51 คน ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล ภาคเรียนที่ 1/2563

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษา สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ชั้นปีที่ 1 หมู่เรียน 1 จำนวน 28 คน ได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เป็นชนิดปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พิจารณาว่าข้อสอบแต่ละข้อสอบมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ โดยใช้สูตร IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้น นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ไปทดลองใช้ (Try-out) กับ นักศึกษา สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ชั้นปีที่ 1 หมู่เรียน 2 จำนวน 23 คน ได้ค่าความยากง่ายระหว่าง 0.50-0.79 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.26-0.61

2.2 แบบประเมินชิ้นงาน เป็นการให้คะแนนชิ้นงาน 5 งาน ได้แก่ การใช้โปรแกรมประมวลผลคำ การใช้โปรแกรมตารางคำนวณ การใช้โปรแกรมนำเสนอผลงาน การใช้โปรแกรมออนไลน์สร้างแบบสอบถาม และการใช้โปรแกรม

ออนไลน์สร้างสื่อดิจิทัล ตามเกณฑ์รูบริคแบบองค์รวมที่กำหนดขึ้น งานละ 10 คะแนน โดยมีเกณฑ์ผ่านร้อยละ 80 ของคะแนนเต็ม 50 คะแนน ดังนี้ (กฤตยาภาณุจัน โต้พิทักษ์, 2563, น.77-90)

คุณภาพงาน	คะแนน
ส่งงานตรงเวลา ตรงตามหัวข้อที่กำหนด ถูกต้อง ใช้งานได้ และ มีความคิดสร้างสรรค์	10
ส่งงานตรงเวลา ตรงตามหัวข้อที่กำหนด ถูกต้อง และใช้งานได้	8
ส่งงานตรงเวลา ตรงตามหัวข้อที่กำหนด และถูกต้อง	6
ส่งงานตรงเวลา และตรงตามหัวข้อที่กำหนด	4
ส่งงานตรงเวลา	2
ไม่ส่งงาน	0

2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ทั้งหมดจำนวน 20 ข้อ ทดลองใช้ (Try-out) กับนักศึกษา สาขาวิชาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ชั้นปีที่ 1 หมู่เรียน 2 จำนวน 23 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.86 ตามวิธีของ Cronbach (ไพศาล วรคำ, 2554, น. 282)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 นำเครื่องมือที่มีคุณภาพไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1) นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียน ผู้วิจัยทำการควบคุมด้วยตนเอง
- 2) ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล ดังนี้

ตารางที่ 1 การจัดการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้
1	1. นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียน และปฐมนิเทศ ข้อปฏิบัติในรายวิชา 2. แนะนำรายวิชา สรุปขอบเขตเนื้อหา การวัดและการประเมินผล 3. แนะนำ การเรียนรู้ระยะไกล ด้วยการประชุมออนไลน์ ผ่าน Microsoft Teams 4. การรู้ดิจิทัล(Digital literacy)	4	- บรรยาย สไลด์นำเสนอด้วย MS PowerPoint - ฝึกปฏิบัติการติดตั้ง Microsoft Teams
2	การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสาร	4	- ฝึกปฏิบัติการใช้ Microsoft Teams - บรรยายเนื้อหา, สไลด์นำเสนอด้วย MS PowerPoint, YouTube
3-4	การใช้งานอินเทอร์เน็ต	8	- ฝึกปฏิบัติการประชุมออนไลน์ และฝึกใช้เครื่องมือต่างๆ ใน Microsoft Teams - บรรยายเนื้อหา, สไลด์นำเสนอด้วย MS PowerPoint, YouTube - ใบงาน- สืบค้นความรู้จากลิงค์ความรู้ - อภิปรายแสดงความคิดเห็น- นำเสนองาน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้
5-6	การใช้งานเพื่อความมั่นคงปลอดภัย	8	- ฝึกปฏิบัติการประชุมออนไลน์ และฝึกใช้เครื่องมือต่างๆ ใน Microsoft Teams - บรรยายเนื้อหา, สไลด์นำเสนอด้วย MS PowerPoint, YouTube - สืบค้นความรู้จากลิงค์ความรู้ - ยกตัวอย่างเกี่ยวกับเนื้อหา - อภิปรายแสดงความคิดเห็น
7	การใช้โปรแกรมสร้างสื่อดิจิทัล	4	- ฝึกปฏิบัติการประชุมออนไลน์ และฝึกใช้เครื่องมือต่างๆ ใน Microsoft Teams - บรรยายเนื้อหา, สไลด์นำเสนอด้วย MS PowerPoint, YouTube- สืบค้นความรู้
8-9	การเรียนรู้ระยะไกล และการทำงาน ร่วมกันแบบออนไลน์ - สอบกลางภาค	8	- บรรยายเนื้อหา, สไลด์นำเสนอด้วย MS PowerPoint, YouTube - สืบค้นความรู้จากลิงค์ความรู้ - อภิปรายแสดงความคิดเห็น - ปฏิบัติเรียนรู้ระยะไกล ด้วยการประชุมออนไลน์ผ่าน Microsoft Teams
10	การใช้ดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย	4	- บรรยายเนื้อหา, สไลด์นำเสนอด้วย MS PowerPoint, YouTube - สืบค้นความรู้จากลิงค์ความรู้ - อภิปรายแสดงความคิดเห็น - ยกตัวอย่างเกี่ยวกับเนื้อหา
11	- การใช้ (Use) การเข้าใจ(Understand) การสร้าง(create) และการเข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัล ด้วย กิจกรรม SSPC - แนะนำการเรียนรู้ระยะไกล ด้วยการประชุมทางไกล ผ่านโปรแกรม Microsoft TEAM	4	1. อาจารย์มอบหมายภารกิจให้นักศึกษาสร้างชิ้นงานด้วยโปรแกรม MS-Word , MS-Power point และ MS-Excel อย่างละ 1 งาน 2. กิจกรรม S:Select (เลือกสรร) - นักศึกษาอภิปรายแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งานโปรแกรม MS-Word , MS-Power point และ MS-Excel - นักศึกษา สรุปหัวข้อที่จะศึกษา เลือกหัวข้อที่สนใจ และจัดกลุ่มตามหัวข้อนั้นเพื่อตอบภารกิจ
12-13	การใช้โปรแกรมประมวลผลคำ	8	3. กิจกรรม S:Search (สืบค้น) โดย - นักศึกษาสืบค้นความรู้ข้อมูลสารสนเทศ
14-15	การใช้โปรแกรมตารางคำนวณ	8	จากองค์ความรู้ที่ผู้สอนจัดสภาพแวดล้อมให้ด้วยสื่อที่หลากหลาย ได้แก่ เอกสารดาวน
16-17	การใช้โปรแกรมนำเสนอผลงาน	8	

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้
			โพลล์ สื่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชัน สิ่งความรู้ เป็นต้น ตามความสนใจของนักศึกษา - สืบค้นข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับวิธีใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และปฏิบัติงานตามหัวข้อที่ได้รับในกิจกรรมS:Select (เลือกใช้) 4. <u>กิจกรรม P:Produce (สร้างงาน)</u> โดยฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและสร้างชิ้นงาน ตามใบงานที่ได้รับ เพื่อตอบภารกิจ 5. <u>กิจกรรม C: Communicate (สื่อสาร)</u> โดยนักศึกษานำเสนองานผ่านโปรแกรม Microsoft TEAM
18	สอบปลายภาค	4	แบบทดสอบปลายภาคเรียน

จากตารางที่ 1 แสดงการจัดการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล ผู้วิจัยออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชา จุดมุ่งหมายของรายวิชา ซึ่งนักศึกษาต้องศึกษาและทำความเข้าใจบทบาทของตนเองในแต่ละกิจกรรม

3) ระหว่างจัดการเรียนรู้ มีการปฏิบัติสร้างชิ้นงานด้วยใบงาน ประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนด หากมีนักศึกษาไม่ผ่าน จะมีการสอนเสริมให้แก่นักศึกษา และเมื่อทำกิจกรรมครบทุกกิจกรรม ผู้วิจัยทำการสอบนักศึกษา ด้วยแบบทดสอบหลังเรียน, และสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการกิจกรรม ผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเอง

3.2 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลและประเมินผล ชิ้นงาน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยจำแนกตามเพศ และสรุปความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล จากนั้น รายงานผลการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติดังนี้

4.1 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำค่าเฉลี่ยเทียบกับเกณฑ์การประเมิน (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น.74)

4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

4.2 เปรียบเทียบคะแนนชิ้นงาน กับเกณฑ์ผ่านร้อยละ 80 โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ร้อยละ

4.3 เปรียบเทียบคะแนนทดสอบก่อนเรียนกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางเรียน โดยใช้สถิติ t-test (Dependent Sample)

4.4 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test (Independent Sample)

ผลการวิจัย

1. ผลการเรียนรู้ระยะไกล ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล ผ่าน Microsoft Teams ประกอบด้วย
 - 1.1 ด้านความรู้ ผลการเปรียบเทียบคะแนนทดสอบก่อนเรียนกับหลังเรียน โดยใช้สถิติ t-test (Dependent Sample) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบคะแนนทดสอบก่อนเรียนกับหลังเรียน

ทดสอบ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	df	ค่า t	P
ก่อนเรียน	28	19.82	3.92	27	-9.16	.000
หลังเรียน	28	28.92	2.62			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 28 คน พบว่า ค่า t มีค่า -9.16 โดยคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน (28.92) สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน (19.82)

- 1.2 ด้านทักษะ ผลการปฏิบัติสร้างชิ้นงาน 5 ชิ้นงาน ได้แก่ การใช้โปรแกรมประมวลผลคำ การใช้โปรแกรมตารางคำนวณ การใช้โปรแกรมนำเสนอผลงาน การใช้โปรแกรมออนไลน์สร้างแบบสอบถาม และการใช้โปรแกรมออนไลน์สร้างสื่อดิจิทัล โดยเปรียบเทียบคะแนนชิ้นงานกับเกณฑ์ผ่านร้อยละ 80 ของคะแนนเต็ม

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ผ่านการประเมินผลด้านทักษะ

งาน	จำนวนนักศึกษาส่งงาน	จำนวนนักศึกษาที่ผ่าน	ร้อยละ
1. การใช้โปรแกรมประมวลผลคำ	28	28	100
2. การใช้โปรแกรมตารางคำนวณ	28	28	100
3. การใช้โปรแกรมนำเสนอผลงาน	28	28	100
4. การใช้โปรแกรมออนไลน์สร้างแบบสอบถาม	28	28	100
5. การใช้โปรแกรมออนไลน์สร้างสื่อดิจิทัล	28	28	100
รวม	28	28	100

จากตารางที่ 3 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะ พบว่า การปฏิบัติสร้างชิ้นงานระหว่างเรียน นักศึกษาทั้งหมด 28 คน มีคะแนนชิ้นงานทั้ง 5 งาน ผ่านเกณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือร้อยละ 80

2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ความพึงพอใจต่อการใช้ระบบการประชุมออนไลน์			
1.1 การใช้งานมีความง่าย ไม่ซับซ้อน	3.89	0.88	มาก
1.2 การมีส่วนร่วม และควบคุมเครื่องมือ ได้จากระยะไกล	3.64	0.83	มาก
1.3 การบันทึกการประชุม	4.18	0.77	มาก
1.4 คุณภาพในการสื่อสารผ่านระบบประชุมออนไลน์	4.14	0.85	มาก
1.5 ความสะดวกในการเข้าใช้ระบบการประชุมออนไลน์	4.25	0.85	มาก
1.6 มีฟีเจอร์ ฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย	4.11	0.92	มาก
1.7 การแชร์หน้าจอ แชร์ไฟล์	4.04	0.74	มาก
1.8 การสนทนาผ่านระบบ	3.86	0.76	มาก
1.9 ความเสถียรภาพด้านการประชุม	3.64	1.03	มาก
1.10 ความสามารถใช้งานได้ทุกแพลตฟอร์ม	4.21	0.99	มาก
เฉลี่ยรายด้าน	4.00	0.88	มาก
2. ความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ระยะไกล			
2.1 กิจกรรมประชุมออนไลน์ สนับสนุนให้มีการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งการเรียนรู้ต่าง ๆ	3.96	0.69	มาก
2.2 สามารถร่วมกิจกรรม ควบคุมเครื่องมือ ได้จากระยะไกล	3.96	0.84	มาก
2.3 สามารถสร้างบรรยากาศในห้องเรียนให้น่าสนใจ	3.86	0.89	มาก
2.4 ส่งเสริมให้นักศึกษามีความรับผิดชอบมากขึ้น เพราะต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ตลอดเวลา	3.79	0.92	มาก
2.5 ทำให้มีการติดต่อสื่อสารเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ระหว่างผู้สอน ผู้เรียน และ เพื่อนร่วมชั้น	4.11	0.83	มาก
2.6 มีความสะดวกในการเรียน เพราะใช้สมาร์ทโฟน ก็สามารถร่วมกิจกรรมได้	4.04	0.92	มาก
2.7 เป็นการกระตุ้นให้นักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรม	4.00	0.77	มาก
2.8 ลดความเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุจากการเดินทาง หรือ โรคติดต่อจากการรวมกลุ่มคน	4.29	0.76	มาก
2.9 สามารถติดต่อสื่อสาร ส่ง-แชร์-จัดเก็บ ไฟล์รูปแบบต่างๆ	4.00	0.82	มาก
2.10 สร้างเสริมประสบการณ์การเรียนรู้แบบใหม่ให้กับนักศึกษา	4.18	0.82	มาก
เฉลี่ยรายด้าน	4.02	0.83	มาก
เฉลี่ยรวม	4.01	0.04	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.04) จำแนกเป็นด้านที่ 1 ความพึงพอใจต่อการใช้ระบบการประชุมออนไลน์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D.= 0.88) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ความสะดวกใน

การเข้าใช้ระบบการประชุมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.25$, S.D.= 0.85), ลำดับที่ 2 ความสามารถใช้งานได้ทุกแพลตฟอร์ม ($\bar{X} = 4.21$, S.D.= 0.99) และ ลำดับที่ 3 การบันทึกการประชุม ($\bar{X} = 4.18$, S.D.= 0.77) และด้านที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ลดความเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุจากการเดินทาง หรือ โรคติดต่อ จากการรวมกลุ่มคน ($\bar{X} = 4.29$, S.D.= 0.76), ลำดับที่ 2 สร้างเสริมประสบการณ์การเรียนรู้แบบใหม่ให้กับนักศึกษา ($\bar{X} = 4.18$, S.D.= 0.82) และ ลำดับที่ 3 ทำให้มีการติดต่อสื่อสารเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ระหว่างผู้สอน ผู้เรียน และ เพื่อนร่วมชั้น ($\bar{X} = 4.11$, S.D.= 0.83)

นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ได้แก่ ประเด็นที่ 1 ข้อดีของการจัดการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ได้แก่ มีความสะดวกสบายไม่ต้องเดินทาง (12) ลดความเสี่ยงติดโรคโควิด19 (5) ลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุในการเดินทาง (5) ประหยัดค่าใช้จ่าย (3) สามารถเรียนที่ไหนก็ได้ (2) และ ได้เรียนรู้การรู้ด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ (1), ประเด็นที่ 2 ปัญหาอุปสรรคที่นักศึกษาได้จากการร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ที่ผ่านมา ได้แก่ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร การใช้งานไม่ราบรื่น สนทนาขัดข้องทำให้มีปัญหาในการเรียน (15) ใช้สมาร์ตโฟนแล้วเครื่องมือในการใช้งานได้น้อยกว่าใช้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ (3) และปัญหาการสะท้อนของไมค์ (3), ประเด็นที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่นักศึกษาคิดว่า จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์เพิ่มขึ้น ได้แก่ สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความเร็วแรง (10) จัดระเบียบในการเรียนออนไลน์ให้ชัดเจน (2) เนื้อหาในการสอนให้มีความกระชับ (1) และ การสอนให้ช้าลง (1), ประเด็นที่ 4 นักศึกษาแสดงความคิดเห็นว่า ควรมีการจัดการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์อีก สำหรับนักศึกษารุ่นต่อไป จำนวน 21 คน และ ไม่ควร จำนวน 6 คน ซึ่งนักศึกษาไม่ได้ระบุเหตุผลในการตอบ

3. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล จำแนกตามเพศ ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	เพศชาย (12 คน)		เพศหญิง (16 คน)		ค่า t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ภาพรวมความพึงพอใจ	84.25	11.24	77.06	6.99	2.08	0.023

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล จำแนกตามเพศ พบว่า ความพึงพอใจในการเรียนรู้ระยะไกล ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ผลการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล ด้านความรู้ นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ด้านทักษะ นักศึกษาปฏิบัติสร้างชิ้นงานระหว่างเรียน ทั้งหมด 28 คน มีคะแนนชิ้นงานทั้ง 5 งาน

ผ่านเกณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือร้อยละ 80 เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการจัดการเรียนรู้ ทำให้กระตุ้นให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ เรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ช่วยเพิ่มโอกาสทางการเรียนรู้ และมีเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ เครือหยุก แยมส์ (2562, น.36-42) วิจัยเรื่องประสิทธิภาพของการใช้แอปพลิเคชัน Zoom cloud meeting ช่วยสอนในรายวิชาปฏิบัติการผดุงครรภ์ พบว่า คะแนนเฉลี่ยความรู้ของกลุ่มทดลองภายหลังที่ได้รับการสอนโดยอาจารย์นิเทศร่วมกับการใช้แอปพลิเคชัน Zoom cloud meeting ช่วยสอน นักศึกษามีคะแนนสูงขึ้น และ คะแนนเฉลี่ยทักษะการพยาบาลของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสรุปผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการใช้งานแอปพลิเคชัน Zoom cloud meeting ช่วยสอนในรายวิชาปฏิบัติการผดุงครรภ์ ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ และทักษะเพิ่มขึ้น

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยการประชุมออนไลน์ผ่าน Microsoft Teams ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.04) เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะนักศึกษาได้รับประสบการณ์ใหม่จากการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการจัดการเรียนรู้ มีความสะดวกในการเข้าใช้ระบบการประชุมออนไลน์ ทำให้กระตุ้นให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ ช่วยเพิ่มโอกาสทางการเรียนรู้ การติดต่อสื่อสาร และช่วยสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา และอาจารย์ อีกทั้ง ยังประหยัดลดต้นทุน และในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ลดการแพร่กระจายของเชื้อโรคด้วย สอดคล้องกับ อุมาสวรรค์ ชูหา, สุชาติพิทย์ เตียววานิชย์, อธิเรณู ศิริธนาพันธ์, เพชรไพลิน พิบูลย์เกษม และศิริภัทรา จุฑามณี (2562, น. 176-182.) วิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Zoom cloud meeting ช่วยสอน ในรายวิชาปฏิบัติการผดุงครรภ์ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Zoom ช่วยสอนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D.= 0.10) ซึ่ง Microsoft Teams และ Zoom มีระบบประชุมทางไกลเช่นเดียวกันที่สามารถรับส่งแชร์ข้อมูล บันทึก และทำงานร่วมกันแบบเรียลไทม์ จึงทำให้ความพึงพอใจในการใช้งานระดับมาก เช่นกัน

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ในรายวิชาทักษะรู้ดิจิทัล จำแนกตามเพศ พบว่า ความพึงพอใจในการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะ นักศึกษาได้การเรียนรู้ และปฏิบัติงานผ่านโปรแกรมประชุมออนไลน์เป็นครั้งแรก และมีความรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์พื้นฐานระดับเดียวกัน อีกทั้ง ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาทั้งหญิงและชายทุกคนสามารถแสดงผลงานโดยไม่ขึ้นกับเพศ ดังนั้น จึงทำให้ความพึงพอใจในการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ จำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับ กฤตินี ตีปะละ (2560, 52) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานสถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการทำงาน จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ระยะไกล เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนรู้ระยะไกล ด้วยการประชุมออนไลน์ หลายประเด็น ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายวิชาการ ควรกำหนดนโยบายสนับสนุนให้มีจัดการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ และเพิ่มศักยภาพของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ

1. ควรศึกษา และทำความเข้าใจกับผู้เรียน และผู้สอน ถึงขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้และการใช้เครื่องมือโปรแกรมการประชุมออนไลน์ ก่อนเรียน

2. ควรพิจารณาเนื้อหาที่นำเสนอและออกแบบกิจกรรมในแต่ละกิจกรรมให้สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชาของหลักสูตรนั้นๆ ก่อนนำกิจกรรมการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ ไปจัดการเรียนการสอน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาการนำโปรแกรมการประชุมออนไลน์อื่นๆ มาจัดการเรียนรู้ระยะไกล
2. ควรบูรณาการการเรียนรู้ กับนวัตกรรมใหม่ๆ
3. ควรนำกิจกรรมการเรียนรู้ระยะไกลด้วยการประชุมออนไลน์ไปใช้ในการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกับผู้เรียนต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม. (2563). ประกาศกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่อง มาตรการและการเฝ้าระวังการระบาดและโรคติดเชื้อของไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 (ฉบับที่ 3): การปฏิบัติการของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563, จาก www.ops.go.th/main/index.php/news-service/announcement/1983-covid-19
- กฤตินี ดีบะละ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานสถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- กฤษฎากาญจน์ ไตพิทักษ์. (2563). การประเมินการปฏิบัติ แนวคิดสู่การปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 1). พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เครือหยุก แยมศรี. (2562). ประสิทธิภาพของการใช้แอปพลิเคชัน Zoom cloud meeting ช่วยสอนในรายวิชาปฏิบัติการผดุงครรภ์. วารสารโรงพยาบาลมหาสารคาม, 16(2), 36-42.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ไพศาล วรคำ. (2554). การวิจัยทางการศึกษา. มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์. (2561). หลักสูตรการศึกษาทั่วไป ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2561. กาฬสินธุ์: มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์.
- สำนักงานปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม. (2563). มาตรการการเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ในปีการศึกษา 2563. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2563, จาก www.ops.go.th/main/index.php/news-service/announcement/1983-covid-19
- อุมาสวรรค์ ชูหา, สุชาติพย์ เตียววานิชย์, อธิสฤกษ์ ศิราธนานนท์, เพชรไพสิน พิบูลย์เกษม และศิริภัทรา จุฑามณี. (2562). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Zoom cloud meeting ช่วยสอน ในรายวิชาปฏิบัติการผดุงครรภ์. วารสารโรงพยาบาลมหาสารคาม, 16(1), 176-182.
- Koenigsbauer, K. (2016). บทนำสู่ Microsoft Teams พื้นที่ทำงานที่เน้นการสนทนาใน Office 365. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.microsoft.com/th-th/microsoft-365/blog/2016/11/02/introducing-microsoft-teams-the-chat-based-workspace-in-office-365/>
- Microsoft. (2019). การเรียนจากระยะไกลด้วย Microsoft 365: คำแนะนำสำหรับพ่อแม่และผู้ปกครอง. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2564, จาก <https://support.microsoft.com/th-th/office/การเรียนจากระยะไกลด้วยMicrosoft365: คำแนะนำสำหรับพ่อแม่และผู้ปกครอง-89d514f9-bf5e-4374-a731-a75d38ddd588>

Received: 11-09-2020

Revised: 10-12-2020

Accepted: 21-12-2020

สมรรถนะครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่
ที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน
Teachers' Competencies under Chiang Mai Primary Educational
Service Area Office on Best Practice in Developing the
Students Learning Quality

กนกกาญจน์ ตาวีโรจน์¹

Kanokkarnchana Tawiroj

kanokkarnchana_ta@cmu.ac.thสมเกียรติ อินทสิงห์²

Somkiart Intasingh

somkiart.int@cmu.ac.thนัทธ อัสภาภรณ์²

Natad Assapaporn

natad.a@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์สมรรถนะของครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ ที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับครูผู้สอนที่ได้รับรางวัล OBEC AWARDS ปีการศึกษา 2562 จำนวน 8 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา สังเคราะห์ประเด็น และบรรยายพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะของครูผู้สอนโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ ที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ พบว่าครูเป็นผู้มีความรอบรู้ในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างชัดเจนหลากหลาย โดยมีความรอบรู้เชิงลึกด้านวิชาการ ด้านคุณลักษณะ เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมและมีจิตใจที่เข้มแข็งในการดูแล และเอาใจใส่นักเรียนได้เป็นอย่างดี และด้านทักษะในการปฏิบัติงาน โดยมีการปฏิบัติงานที่โดดเด่นในการส่งเสริม

¹ นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาหลักสูตร การสอนและเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Student in Degree of Master in Department of Curriculum, Teaching & Learning Faculty of Education, Chiang Mai University

² ภาควิชาหลักสูตร การสอนและเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Department of Curriculum, Teaching & Learning Faculty of Education, Chiang Mai University

ความเป็นเลิศเฉพาะด้านของนักเรียน มีความสามารถในการปฏิบัติงานตามหน้าที่อย่างยอดเยี่ยม จนสามารถส่งเสริมนักเรียนให้มีการพัฒนาการเรียนรู้ได้อย่างเต็มศักยภาพ

คำสำคัญ: สมรรถนะของครู, วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ, คุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน

Abstract

The objective of this research was to analyze teachers' competencies on best practice in developing the students' learning quality. This research adopted the qualitative research method to collect the data. Moreover, in-depth interview was conducted with 8 OBEC AWARDS winning teachers during the academic year 2019. After analyzing the data in terms of analyzing the content, synthesizing each aspect, and describing the depiction, it revealed that teachers' competencies with best practice in improving the quality of students' learning consisting of three aspects; 1) cognition aspect: teachers had an intensive academic omniscience in order to develop the diversity of student's learning quality. 2) characteristic aspect: teachers highly had morality, ethics, and powerful mind in order to nurture and care for their students. 3) working skill: teachers had an outstanding performance in terms of promoting student's specific excellence. In addition, teachers also had an operational ability as well as enable to encourage students to develop their learning in full potentials.

Keywords: Teacher's competencies, Best practices, Students' learning quality

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ เป็นผลให้ครูต้องปรับเปลี่ยนตนเองไปด้วย หากครูสามารถปรับตนเองให้ทันสมัยต่อโลกและวิธีเรียนที่เปลี่ยนไป ทั้งในด้านความรู้ ทักษะการใช้ชีวิตในศตวรรษที่ 21 และเทคนิคการสอนที่ทันสมัยในยุคปัจจุบัน ย่อมเกิดผลดีต่อการศึกษาไทยเป็นอย่างมาก (พัชรภา ตันติสุขเวช, 2560, น. 175-187) ครูจึงต้องรู้จักใช้ยุทธวิธีที่หลากหลายในกระบวนการจัดการเรียนรู้ ต้องเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ที่กว้างไกลให้กับนักเรียนด้วยสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัยให้เหมาะสมโดยต้องเลือกสรรสื่อการเรียนรู้ที่จะเกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่สุด (สมหมาย จันทรเรือง, 2563) แต่ปัจจุบันครูเป็นเพียงผู้บอกวิชา ต่างจากในอดีตที่ครูคือผู้ชี้แนะชี้นำชีวิตและสังคมในชุมชน ทำให้การยอมรับนับถือครูลดลงไปมาก ครูจึงลดความภาคภูมิใจในตนเองไปด้วย ปัญหาใหม่ที่พบมากอีกประการหนึ่งคือ การที่ครูมีภาระงานมากขึ้น อีกทั้งสังคมยังเรียกร้องให้ครูมีบทบาทใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาของสังคมด้วย แต่ครูกลับมีรายได้ต่ำเมื่อเทียบกับค่าครองชีพในปัจจุบัน อีกปัญหาที่ครูตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไม่ทัน กลายเป็นข้อจำกัดของงานครูกับรูปแบบของการศึกษาแนวใหม่ ทำให้การสอนของครูไม่สอดคล้องกับชีวิตจริง เนื่องจากนักเรียนมีความหลากหลายเกินกว่าที่ครูจะดูแลและชี้แนะได้ ทำให้ครูไม่พร้อมรับการถูกเรียกร้องจากสังคม (ไพฑูรย์ สีนลารัตน์, 2558, น.1-8)

ครูจึงต้องมีศาสตร์และศิลป์ของการสอน ความสำคัญของครูอยู่ที่การสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่กระตุ้นสภาพจิตใจ และกระบวนการในสมองของนักเรียนให้พร้อมต่อการเรียนรู้ (วิจารณ์ พานิช และวิมลศรี ศุขีวรรณ, 2560, น. 212-221) เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาครูให้เป็นผู้มีความสามารถในการจัดการศึกษาให้ประชากรวัยเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน จึงได้กำหนดให้มีการยกย่องเชิดชูเกียรติครู ผู้ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยความอุตสาหะ พยายาม เสียสละ จนทำให้เกิดผลดีแก่ทางราชการและมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ ส่งเสริมให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ และสามารถพัฒนาการเรียนการสอนตามบทบาทหน้าที่ให้สอดคล้องกับแนวโน้มการปฏิรูปการศึกษา ให้เข้ารับรางวัลทรงคุณค่า สพฐ. OBEC AWARDS ซึ่งเป็นรางวัลประจำปีที่ทรงคุณค่าของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สำนักงานพัฒนาระบบบริหารงานบุคคลและนิติการ, 2562, น. 1)

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาและวิเคราะห์ครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ ที่มีสมรรถนะที่เป็นเลิศในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน จากผู้ที่ได้รับรางวัลทรงคุณค่า สพฐ. OBEC AWARDS เพื่อเป็นต้นแบบทางปัญญาที่สำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูตามวิธีการ

ปฏิบัติของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ นำไปสู่การพัฒนาสมรรถนะในการประกอบวิชาชีพ ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาตนเองของครูในทิศทางที่ดีขึ้น ในการปฏิบัติงานด้านการจัดการเรียนการสอนและการดูแลนักเรียนให้เป็นผู้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา และผลแห่งความสำเร็จนี้จะทำให้เกิดคุณภาพทางการศึกษาที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์สมรรถนะของครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ ที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน

นิยามศัพท์

สมรรถนะของครู หมายถึง ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะของผู้ประกอบวิชาชีพครูตามมาตรฐานวิชาชีพ และจรรยาบรรณวิชาชีพ พ.ศ. 2550 และสะท้อนผ่านการปฏิบัติงานในหน้าที่ครู

วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ หมายถึง การปฏิบัติงานในหน้าที่ครูอย่างโดดเด่นจนได้รับรางวัลระดับชาติ รางวัลทรงคุณค่า สพฐ. OBEC AWARDS ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ที่จัดขึ้นเพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติและส่งเสริมบุคลากรที่มีผลงาน ด้านวิชาการยอดเยี่ยม ด้านการจัดการยอดเยี่ยม และด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอนยอดเยี่ยม และมีความประพฤติก่อให้เกิดคุณประโยชน์ ครองคน ครองงาน เป็นแบบอย่างที่ดี และเป็นที่ยอมรับของบุคคลในวิชาชีพและในสังคม

คุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน หมายถึง ระดับความสามารถในการเรียนรู้ ของนักเรียนอันเป็นที่ยอมรับ หรือรับได้ตามมาตรฐานการจัดการศึกษา ทั้งในด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ได้สมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน
2. ได้แนวทางในการพัฒนาครูอย่างเป็นระบบให้กับสถานศึกษา เกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะสอดคล้องตามวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ
3. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาได้ข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีสมรรถนะที่เหมาะสมกับการทำงานในยุคศตวรรษที่ 21

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์สมรรถนะของครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ทำให้ได้ความรู้และได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ

การศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำข้อมูลที่ได้มาประกอบกับการทบทวนวรรณกรรม แล้วจึงทำการวิเคราะห์คุณลักษณะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยคือ ครูประจำการปฏิบัติหน้าที่ครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ ซึ่งเป็นครูผู้มีสมรรถนะที่เป็นเลิศ ประสบผลสำเร็จในการจัดการเรียนรู้ จนได้รับรางวัลทรงคุณค่า สพฐ. OBEC AWARDS ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีการศึกษา 2562 จำนวน 8 คน ได้มาโดยการเลือกตัวอย่างแบบสุดโต่งหรือกรณีเบี่ยงเบน (Extreme or deviant case sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลที่

และเหมาะสมกับประเด็นที่ทำการวิจัย ตามแนวคิดของ Patton (1990, pp. 169-186) ที่ไม่ต้องการตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง แต่วิธีการนี้มุ่งเน้นไปที่ครูผู้ซึ่งมีความสามารถอันโดดเด่น เพื่อทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะอันเป็นเลิศของครูที่สามารถให้ข้อมูลได้โดยตรงและลึกซึ้ง ซึ่งยินดีให้สัมภาษณ์และอนุญาตให้เผยแพร่ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในวงการวิชาการได้

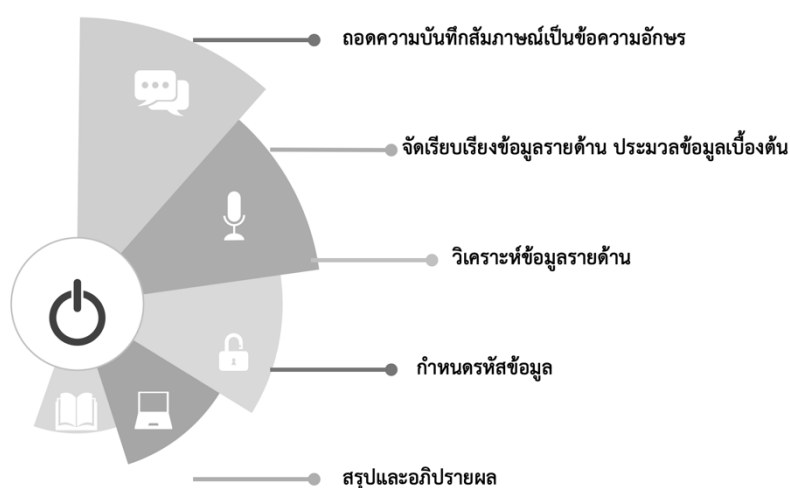
เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview form) ประกอบด้วยข้อคำถามในภาพกว้าง 6 ประเด็น คือ หลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ จิตวิญญาณความเป็นครู การดูแลนักเรียน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บริหาร ความสัมพันธ์กับผู้ปกครองและชุมชน และการพัฒนาตน โดยพัฒนาแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผ่านการศึกษาแนวทางของชาย โพธิ์สิตา (2562, น. 159 - 186) และ เกียรติสุตา ศรีสุข (2552, น. 114 - 129) ในการสร้างคำถาม ผู้วิจัยได้สร้างจากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้นำแนวคิดตามพระราชบัญญัติสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546 จรรยาบรรณวิชาชีพครู สภาพงานครูตามข้อกำหนดสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน และมาตรฐานวิชาชีพครู มาเป็นแนวการศึกษาสมรรถนะของครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ที่มีวิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสัมภาษณ์และทำการสัมภาษณ์ระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน 2562 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 6 ประเด็น โดยแบบสัมภาษณ์ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ในการสัมภาษณ์ได้ทำการนัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า หลังจากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์ตามกำหนด ซึ่งแต่ละท่านใช้เวลาไม่เท่ากัน โดยใช้เวลาเฉลี่ยคนละ 2 - 3 ชั่วโมง ตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการให้ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

จากภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกมาทำการถอดความและเรียงเรียงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์เนื้อหา โดยทำการประมวลผลข้อมูลเบื้องต้นด้วยการกำหนดรหัสของข้อมูล ซึ่งรหัสที่ผู้วิจัยค้นพบในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่ได้ทำการกำหนดไว้ก่อนล่วงหน้า จากนั้นจึงทำการถอดรหัสของข้อมูล เพื่อ

จัดหมวดหมู่ของข้อมูลและทำการสังเคราะห์ข้อค้นพบตามประเด็นที่ศึกษา ที่ได้จากข้อมูลที่สัมภาษณ์แล้วเขียนรายงานนำเสนอข้อค้นพบ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่ค้นพบในการศึกษา ซึ่งเป็นสมรรถนะของการปฏิบัติงานของครู 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความรู้ (Knowledge)

ความรอบรู้เชิงลึกด้านวิชาการ

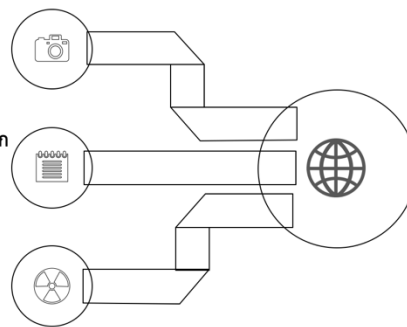
- ความรู้ลึกซึ้งด้านหลักสูตร
- ความรู้ด้านการจัดการเรียนรู้เชิงรุกสมัยใหม่
- ความเข้าใจรอบด้านในการวัดและประเมินนักเรียน

ความเข้าใจทิศทางการศึกษาของกระแสโลก

- การเข้าใจการศึกษายุค 4.0
- การเข้าใจบริบทพหุวัฒนธรรม

ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตนตามระบบการบริหารงานของสถานศึกษา

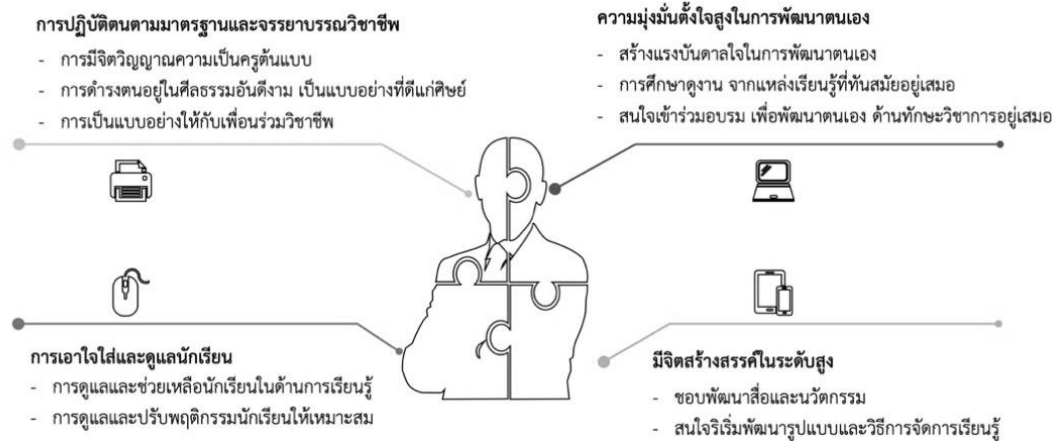
- หลักการทำงานร่วมกับผู้บริหาร
- ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน



ภาพที่ 2 สมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ด้านความรู้

จากภาพที่ 2 แสดงสมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านความรู้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าครูเป็นผู้มีความรอบรู้ในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างชัดเจนหลากหลาย ทั้งด้านความรอบรู้เชิงลึกด้านวิชาการ ได้แก่ การเป็นผู้มีความรู้ลึกซึ้งด้านหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนรู้เชิงรุก ด้านความเข้าใจรอบด้านในการวัดและประเมินนักเรียน ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ “...เราต้องมีการอัปเดตแผนการจัดการเรียนรู้ตลอด แล้วก็มีการเอาแผนมาแก้ มาเพิ่ม ที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนเรา แล้วก็มีการวิเคราะห์แผน ว่าผลเกิดขึ้นอย่างไร มีข้อเสียอย่างไร ที่จะนำมาสู่การวิจัยในชั้นเรียน เราก็จะเอามาวิเคราะห์ค่ะ พอเราวิเคราะห์แผนการสอนเสร็จเราก็จะรู้ว่าเด็กเราเป็นทิศทางไหน เราก็จะรู้ว่าเราจะกำหนดสาระการเรียนรู้รายวิชา โครงสร้างรายวิชาอย่างไร ก็จะนำไปสู่การทำให้เป็นหลักสูตรสถานศึกษา...” นอกจากนี้ยังต้องมีความเข้าใจทิศทางการศึกษาของกระแสโลก ได้แก่ การเข้าใจการศึกษายุค 4.0 การเข้าใจบริบทพหุวัฒนธรรม ตัวอย่างคำพูด ดังนี้ “...โมเดลการจัดการศึกษาจะเปลี่ยนไป การศึกษาแบบใหม่ การเข้าถึงบริการกิจกรรมการเรียนรู้บนโซเชียล แต่ยังคงอยู่บนหลักของประเพณีวัฒนธรรมในชุมชนนั้นๆ ...” และยังมีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตนตามระบบการบริหารงานของสถานศึกษา โดยมีหลักการทำงานที่ดีร่วมกับผู้บริหารและมีหลักการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานที่ดี ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ “...เพื่อนร่วมงานคือพี่น้องในครอบครัว ต้องให้เกียรติและยอมรับฟังความคิดเห็นของคน...”

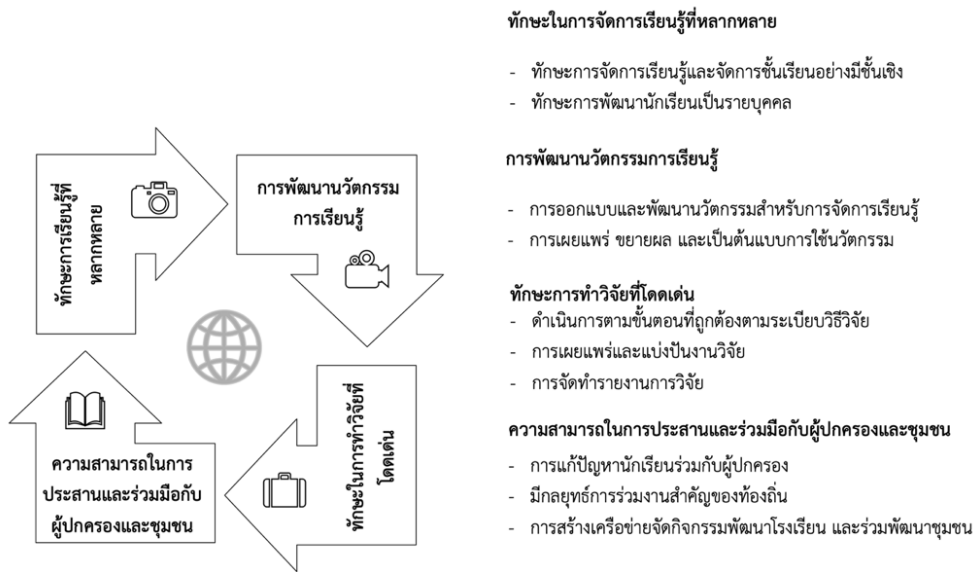
2. ด้านคุณลักษณะ (Attributes)



ภาพที่ 3 สมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ด้านคุณลักษณะ

จากภาพที่ 3 แสดงสมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ด้านคุณลักษณะแสดงให้เห็นว่าครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจิตใจที่เข้มแข็งในการเอาใจใส่และดูแลนักเรียนได้ดี มีความสามารถในการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียน ด้านการปฏิบัติตนตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งประกอบไปด้วย การมีจิตวิญญาณความเป็นครูต้นแบบ การดำรงตนอยู่ในศีลธรรมอันดีงาม ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...มีคุณธรรม ศีลธรรม ชี้นำให้นักเรียนรู้จักผิดชอบชั่วดี รู้จักหน้าที่ของตนเอง ตระหนักถึงความสำคัญของโอกาส ประพฤติปฏิบัติตนในวิชาชีพด้วยความศรัทธา...” เป็นแบบอย่างที่ดีแก่ศิษย์ ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...การเป็นแบบอย่างที่ดี มีค่ามากกว่าคำสอน ครูต้องเป็นแบบอย่างให้กับนักเรียนทั้งเรื่องการแต่งกาย การวางตัว การปฏิบัติตน...” อีกทั้งยังประพฤติตนเป็นแบบอย่างให้กับเพื่อนร่วมวิชาชีพอีกด้วย อีกด้านคือ การเอาใจใส่และดูแลนักเรียน ซึ่งประกอบด้วย การดูแลและช่วยเหลือนักเรียนในด้านการเรียนรู้ รวมถึงการดูแลและปรับพฤติกรรมนักเรียนให้เหมาะสม ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “การจัดการเรียนการสอนมีการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียนในการจัดการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการกำหนดและปฏิบัติกิจกรรม ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม นำนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา” มีความมุ่งมั่นตั้งใจสูงในการพัฒนาตนเอง โดยการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง การศึกษาดูงานจากแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยอยู่เสมอ มีความสนใจเข้าร่วมอบรม เพื่อพัฒนาตนเองด้านทักษะวิชาการอยู่เสมอ ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...เพื่อพัฒนาตนเองให้เกิดความก้าวหน้าในวิชาชีพ ได้เข้าร่วมประชุมสัมมนา และฝึกอบรม ศึกษาดูงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยนำความรู้ที่ได้รับมาพัฒนาการจัดการเรียนรู้ การสอนเสริม สร้างให้นักเรียนมีทักษะและเกิดการเรียนรู้ที่ดีขึ้น...” เป็นผู้มีจิตสร้างสรรค์ในระดับสูง โดยปรากฏในรูปแบบของความสามารถด้านการสร้างสรรค์ พัฒนาสื่อและนวัตกรรม มีความสนใจเริ่มพัฒนารูปแบบและวิธีการจัดการเรียนรู้ได้เป็นเลิศ ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...จัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักเรียน ทำให้นักเรียนสามารถแสดงความสามารถของตนเองได้อย่างเต็มที่ โดยเน้นให้นักเรียนได้ปฏิบัติจริง ใช้สื่อนวัตกรรมที่น่าสนใจ...”

3. ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน (Performance skills)

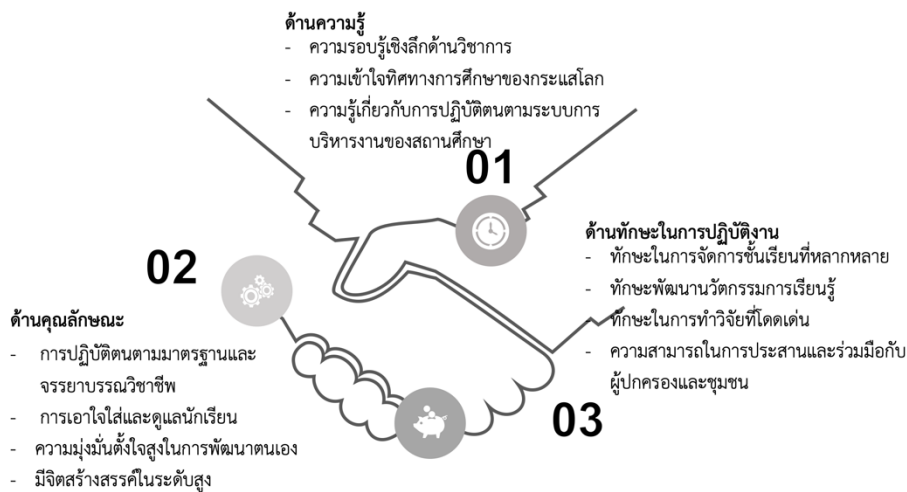


ภาพที่ 4 สมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน

จากภาพที่ 4 แสดงสมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นว่าครูมีการปฏิบัติงานที่โดดเด่นในการส่งเสริมความเป็นเลิศเฉพาะด้านของนักเรียน มีความสามารถในการปฏิบัติงานตามหน้าที่อย่างยอดเยี่ยมจนสามารถส่งเสริมให้นักเรียนให้สร้างสรรค์ผลงานคุณภาพ และสามารถนำเสนอผลงานได้อย่างเต็มศักยภาพ เป็นแบบอย่างที่ดีและเป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ มีความสามารถในการพัฒนานักเรียนแบบองค์รวม ทั้งด้านความรู้ ทักษะ กระบวนการ และเจตคติ โดยใช้กระบวนการวิจัย นวัตกรรมการเรียนรู้ การสอน และการพัฒนานักเรียนโดยใช้ระบบดูแลช่วยเหลือ ได้แก่ ทักษะในการจัดการชั้นเรียนที่หลากหลาย ประกอบด้วย ทักษะการจัดการเรียนรู้เต็มหลักสูตร ทักษะการพัฒนารูปแบบการจัดการชั้นเรียน ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...อันดับแรกก็เหมือนกับเปลี่ยนวิธีเรียน เปลี่ยนวิธีสอน ดึงสิ่งที่เขาชอบ ดึงความถนัดของเขาออกมา ปรับวิธีเรียนเปลี่ยนวิธีสอน ก็เปลี่ยนเป็น Active Learning...” ทักษะพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมสำหรับการจัดการเรียนรู้ ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...ใช้นวัตกรรม 5G step model ในการจัดการเรียนรู้...” มีการเผยแพร่ ขยายผล และเป็นต้นแบบการใช้นวัตกรรมในเวทีระดับประเทศ ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...นำผลงานของนักเรียนที่เป็นตัวแทนไปร่วมกิจกรรมมาให้นักเรียนคนอื่นดู เป็นการสร้างแรงจูงใจให้นักเรียน เพื่อที่จะเป็นแบบอย่างที่ดีต่อรุ่นน้อง ก็จะมีการเผยแพร่ผลงานนักเรียน...” มีทักษะในการทำวิจัยที่โดดเด่น โดยมีการดำเนินการตามขั้นตอนที่ถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...การสอนแต่ละแผนพอเราจัดการเรียนรู้เสร็จ เราก็ต้องมีแบบวิเคราะห์แผน เราไม่ใช่มีแบบบันทึกหลังแผนโดยทั่วไป เกิดผลอย่างไร มีข้อเสียอย่างไร ที่จะนำมาสู่การวิจัยในชั้นเรียน...” มีการเผยแพร่แบ่งปันผลงานสู่สาธารณะ การจัดทำรายงานการวิจัยอย่างเป็นระบบระเบียบ ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...ได้จัดทำวิจัยเรื่อง การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD เรื่อง พื้นฐานนาฏศิลป์...” มีความสามารถในการประสานและร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน ประกอบด้วย การแก้ปัญหานักเรียนร่วมกับผู้ปกครอง ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...ต้องทำความรู้จักคุ้นเคยกับผู้ปกครองนักเรียนทุกคน ให้เขารู้สึกเป็นมิตรกับครูแล้วความร่วมมือในการดูแลนักเรียนจะตามมา...” และยังมีกลยุทธ์ในการร่วมงานสำคัญของท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายจัดกิจกรรมพัฒนาโรงเรียน และการร่วมพัฒนาชุมชน ตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูล “...ความร่วมมือเราก็จะร่วมมือกันเสมอ แล้วเขาก็จะมีการให้ความร่วมมือตัวอย่างเช่น กิจกรรมวันแม่ ผู้ปกครองมา หรือวันหยุดผ้าป่า วันกีฬาเขาก็จะมา ก็จะมีขนม มีรางวัลมาร่วม...”

อภิปรายผล

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยใน 3 ประเด็นหลักต่อไปนี้



ภาพที่ 5 สมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ 3 ด้าน

1. จากผลการวิจัยพบว่า ครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ เป็นผู้ที่มีสมรรถนะด้านความรู้ โดยมีความรอบรู้ในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างชัดเจนหลากหลาย ทั้งด้านความรู้เชิงลึกด้านวิชาการ ได้แก่ การเป็นผู้มีความรู้ลึกซึ้งทั้งด้านหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนรู้เชิงรุก ด้านความเข้าใจรอบด้านในการวัดและประเมินนักเรียน อาจเนื่องมาจากครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศเป็นผู้มีความสามารถด้านการออกแบบหลักสูตร เป็นผู้ออกแบบหลักสูตรด้วยตนเองจึงสามารถออกแบบหลักสูตรได้สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทของท้องถิ่น ให้เป็นไปตามความต้องการของนักเรียนจึงสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่เด็กได้อย่างเหมาะสม มีการสร้างและพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ เพื่อใช้ในการส่งเสริมให้นักเรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง จนสามารถพัฒนาตนเองได้เต็มศักยภาพ สอดคล้องกับ ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2561, น. 169-171) ที่กล่าวว่า ครูที่ดีนั้นจะต้องเข้าใจหลักการในการออกแบบหลักสูตร สามารถออกแบบวัตถุประสงค์ให้เหมาะสมกับประเภทและระดับของหลักสูตร มีการประสานกลมกลืนขององค์ประกอบหลักสูตรต่าง ๆ ให้ง่ายต่อการนำไปใช้ในการสร้างหลักสูตร มีโครงสร้างที่กลมกลืนกับวัฒนธรรมและความต้องการของสังคม นอกจากนี้ยังต้องมีความเข้าใจทิศทางการศึกษาของกระแสโลก ได้แก่ การเข้าใจการศึกษายุค 4.0 การเข้าใจบริบทวัฒนธรรม และยังสอดคล้องกับ ญานอมพร เลหาจรัสแสง (2561, น. 5-18) ที่กล่าวว่า ครูในยุคการศึกษา 4.0 มุ่งเน้นการศึกษาเพื่อการสร้างนวัตกรรม นักเรียนจะเรียนรู้จากผลป้อนกลับเชิงสร้างสรรค์ของครู โดยการเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ ทุกเวลา ในทุกช่วงชีวิต ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง คือ การที่นักเรียนมีความรู้ และทักษะสำคัญ เพื่อการสร้างสรรคนวัตกรรมและพร้อมที่จะเติบโตไปสู่พลเมืองโลก ที่มีความคิดสร้างสรรค์และความเป็นนวัตกรรม เพื่อมุ่งพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดกับสังคมโลกต่อไป และยังมีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามระบบการบริหารงานของสถานศึกษา โดยรอบรู้หลักการทำงานที่ดีร่วมกับผู้บริหารและรอบรู้หลักการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานที่ดี มีการร่วมกันพัฒนาหลักสูตร ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ และการปฏิบัติงานทั้ง 4 ฝ่ายงานตามโครงสร้างบริหารงานของโรงเรียน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ สุมาลี ชัยเจริญ (2559, น. 313-346) ที่กล่าวว่า การออกแบบการสอนเป็นกระบวนการในการวางแผนการเรียนการสอน ซึ่งนำออกแบบการสอนต้องอาศัยหลักการ ทฤษฎี เกี่ยวกับการสอนและการเรียนรู้มาสู่การวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ และการวัดและประเมินผล

2. จากผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะด้านคุณลักษณะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ เป็นผู้ที่มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจิตใจที่มุ่งมั่น ทุ่มเทรวมใจมีความตั้งใจอย่างจริงจังในการเอาใจใส่และดูแลนักเรียนสูงมาก มีความสามารถในการพัฒนา

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียนซึ่งประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพ ได้แก่ การมีจิตวิญญาณความเป็นครูต้นแบบ การปฏิบัติตามเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ศิษย์ การเป็นแบบอย่างให้กับเพื่อนร่วมวิชาชีพ อาจเนื่องมาจากครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศเป็นผู้ยึดมั่นในศีลธรรมอันดี เป็นผู้ปฏิบัติตามคุณธรรม จริยธรรมอันดีงาม เพื่อจะเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ลูกศิษย์ ให้เป็นคนดีของสังคม และพร้อมดูแลนักเรียนทั้งด้านการเรียนและด้านความประพฤติให้เป็นผู้มีคุณธรรมอันพึงประสงค์ตามที่สังคมต้องการ ให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ พร้อมสำหรับการออกไปพัฒนาสังคมให้เป็นสังคมคุณภาพ สอดคล้องกับ พินสุดา สิริธรรังศรี (2560, น. 15-28) ที่กล่าวว่า คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพของครูเป็นสิ่งที่ครูพึงมีและปฏิบัติ เพื่อพัฒนาศิษย์ให้เป็นคนดี คนเก่งของสังคม และประเทศชาติ เป็นพลเมืองไทยและพลโลกที่มีคุณภาพ ครูจึงดำรงตนที่แตกต่างไปจากอาชีพอื่นด้วยการยึดมั่นและปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพครู อีกด้านคือ การเอาใจใส่และดูแลนักเรียน ได้แก่ การดูแลและช่วยเหลือนักเรียนในด้านการเรียนรู้ รวมถึงการดูแลและปรับพฤติกรรมนักเรียนให้เหมาะสม และสอดคล้องกับ วนิดา ชนินทุททวงศ์ (2551, น. 1-5) ที่กล่าวว่า การดูแลนักเรียนเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนานักเรียนให้เป็นบุคคลที่มีคุณภาพทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีวิถีชีวิตที่เป็นสุขตามที่สังคมมุ่งหวังไว้ ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจสูงในการพัฒนานตนเอง โดยการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง การศึกษาทำงานจากแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยอยู่เสมอ มีความสนใจเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง ด้านทักษะวิชาการอยู่เสมอ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ประมินทร์ อริเดช (2560, น. 49-62) ที่กล่าวว่า ครูในฐานะเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ควรเน้นพัฒนาตนเองหรือเปลี่ยนแปลงตนเองไปในทางที่ดี ทั้งในด้านวิชาการและการนำประโยชน์ไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้และการใช้ชีวิต ซึ่งสามารถพัฒนาตนเองให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ได้โดยการรับประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่มีการใช้ความรู้พื้นฐานเดิมมาพัฒนาตนเอง การพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รักการเรียนรู้ มีการค้นหาความรู้ที่ไม่สิ้นสุดโดยใช้เทคโนโลยี ซึ่งเมื่อครูเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้แล้วจะนำไปสู่การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาประเทศชาติต่อไป และสุดท้ายด้านจิตสร้างสรรค์ในระดับสูง ได้แก่ พัฒนาสื่อและนวัตกรรม สนใจริเริ่มพัฒนารูปแบบและวิธีการจัดการเรียนรู้นั้นเป็นผู้มีทักษะด้านวิชาการสูงมีความสามารถในการออกแบบหลักสูตรได้เหมาะสมกับบริบทของนักเรียนและสถานศึกษา แล้วยังสอดคล้องกับ สมเกียรติ อินทสิงห์ (2563, น. 160-180) ที่กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรทางด้านวิชาการ เป็นหนึ่งภารกิจการบริหารหลักสูตรสถานศึกษาในด้านการสนับสนุนและส่งเสริมทางวิชาการ ซึ่งถือว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและกลไกสำคัญด้านการสนับสนุนและส่งเสริมทางวิชาการ ในการผลักดันและขับเคลื่อนการดำเนินการของหลักสูตรสถานศึกษาให้เกิดประสิทธิผล

3. จากผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะด้านทักษะในการปฏิบัติงานนั้น ครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศจะมีทักษะในการปฏิบัติงานที่โดดเด่นในการส่งเสริมความเป็นเลิศเฉพาะด้านของนักเรียน มีความสามารถในการปฏิบัติงานตามหน้าที่อย่างยอดเยี่ยม เป็นแบบอย่างที่ดีและเป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ มีความสามารถในการพัฒนานักเรียนแบบองค์รวม ทั้งด้านความรู้ ทักษะ กระบวนการ และเจตคติ โดยใช้กระบวนการวิจัย นวัตกรรมการเรียนการสอน และการพัฒนานักเรียนโดยใช้ระบบดูแลช่วยเหลือ ประกอบด้วย ทักษะในการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย ได้แก่ ทักษะการจัดการเรียนรู้ และจัดการชั้นเรียนอย่างมีชั้นเชิง ทักษะการพัฒนานักเรียนเป็นรายบุคคล อาจเนื่องมาจากครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศเป็นผู้มีทักษะในการจัดการเรียนรู้โดยการวิเคราะห์นักเรียนเป็นรายบุคคล แล้วจึงจัดกิจกรรมการเรียนรู้แก่นักเรียนในรูปแบบของการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริงได้อย่างหลากหลาย สนองต่อความสนใจและความถนัดของนักเรียน อีกทั้งครูยังเป็นผู้มีทักษะในการสังเกตจุดแข็งและจุดอ่อนของนักเรียน แล้วนำปัญหาที่พบมาทำการวิจัยเพื่อหาทางแก้ปัญหาและพัฒนานักเรียนได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ พิมพ์ เดชะคุปต์และเพียร ยินดีสุข (2561, น. 59-98) ที่กล่าวว่า จัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้นักเรียนให้สามารถพัฒนาตามธรรมชาติ และเต็มตามศักยภาพ การจัดการเรียนรู้นั้นเด็กเป็นสำคัญ จัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความแตกต่างของนักเรียน ซึ่งแตกต่างในด้านความสามารถ ความสนใจ และความถนัด นอกจากนี้ครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศยังมีทักษะในการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้อย่าง ซึ่งประกอบด้วย การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมสำหรับการจัดการเรียนรู้ มีการเผยแพร่ ขยาย

ผล และเป็นต้นแบบการใช้นวัตกรรม มีทักษะในการทำวิจัยที่โดดเด่น ได้แก่ ดำเนินการตามขั้นตอนที่ถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย การจัดทำรายงานการวิจัยอย่างเป็นระเบียบ อีกทั้งยังใช้กระบวนการวิจัยในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วย มีการเผยแพร่แบ่งปันผลงานสู่สาธารณะ สอดคล้องกับ ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2561, น. 169-171) ที่กล่าวว่า ควรส่งเสริมให้นักเรียนสร้างความรู้ให้แก่ตนเอง ได้แก่ การสอนให้กำหนดจุดมุ่งหมายอย่างมีเหตุผลด้วยตัวเอง สอนให้ตั้งจุดมุ่งหมายที่จะไปสู่ความสำเร็จ สอนให้รู้จักหา เลือกรายละเอียด วิเคราะห์ ดีความ แล้วเก็บข้อมูลไว้ใช้ประโยชน์ได้ต่อไป สอนให้สรุปความเข้าใจความสำคัญ มีการนำเสนอ อภิปรายในชั้นเรียน สอนให้ตกผลึกในข้อคิดที่ค้นพบที่สรุปจากข้อมูลที่หามาเองอย่างมีระบบถูกวิธี การสอนให้รู้จักประเมิน ประยุกต์ ปฏิบัติกับความรู้อย่างแท้จริง และเรียนความเข้าใจ รู้จักประเมินเพื่อปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้ต่อไป ศาสตร์ของความเป็นครูจึงเป็นศาสตร์ที่ต้องใช้กระบวนการคิด กระบวนการวิเคราะห์ และกระบวนการวิจัยควบคู่กันไป มีความสามารถในการประสานและร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน ได้แก่ การแก้ปัญหาให้นักเรียนร่วมกับผู้ปกครอง กลยุทธ์ในการร่วมงานสำคัญของท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายจัดกิจกรรมพัฒนาโรงเรียน และพัฒนาชุมชน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ชูชาติ พวงสมจิตร (2560, น. 1342-1354) ที่กล่าวว่า การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชนช่วยให้โรงเรียนและชุมชนเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ช่วยให้เกิดความร่วมมืออันดีต่อกัน ทั้งนี้ทั้งสองฝ่ายจะต้องปฏิบัติตามบทบาทของตนด้วยวิธีการที่เหมาะสมจึงจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิเคราะห์สมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางสำหรับครูที่มีความสนใจศึกษาแนวทางในการพัฒนาตนเอง ให้เกิดสมรรถนะตามแบบครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ จนประสบผลสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำผลการปฏิบัตินั้นไปประกวดจนได้รับรางวัล OBEC AWARDS ได้ว่า ครูที่มีความสนใจศึกษาแนวทางในการพัฒนาตนเอง ให้เกิดสมรรถนะตามแบบครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ จนประสบผลสำเร็จในการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน เพื่อนำมาใช้พัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครูต้องเข้ารับการพัฒนาศมรรถนะด้านความรู้ ด้านคุณลักษณะ และด้านทักษะในการปฏิบัติงานของครู โดยสามารถพัฒนาศมรรถนะของครูได้ด้วยการอบรม การประชุมปฏิบัติการ การเข้าร่วมชุมชนแห่งการเรียนรู้ การสัมมนา การศึกษาเอกสารทางวิชาการ การเยี่ยมชั้นเรียน การศึกษาดูงาน การสังเกตการสอน การวิจัยเชิงปฏิบัติการ การจัดนิทรรศการ การจัดกิจกรรม Back Friday การพัฒนาและสร้างสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การนิเทศ การทบทวนหลังปฏิบัติงาน การทัศนศึกษา การเรียนออนไลน์ และการเข้าค่ายพัฒนาความรู้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาสมรรถนะครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในระดับอื่น เช่นระดับปฐมวัย ระดับมัธยมศึกษา เป็นต้น
2. ควรมีการวิจัยโดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธี เพื่อให้ได้ผลการวิจัยเกี่ยวกับสมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน ที่มีความลุ่มลึกทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
3. ควรมีการศึกษาสมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ ในเชิงปริมาณ เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน หรือการพัฒนาโมเดลการวัดสมรรถนะของครูที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของนักเรียน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). เชียงใหม่: ครองช้างพรินต์ติ้ง จำกัด.
- ชาย โพธิ์สีดา. (2562). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชูชาติ พวงสมจิตร. (2560). การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน. *Veridian E-journal, Silpakorn University*, 10(2), 1342-1354.
- ถนอมพร เลหาจรัสแสง. (2561). *นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาในยุคการเรียนรู้ 4.0*. เชียงใหม่: ตองสามดีไซน์.
- ปรมินทร์ อริเดช. (2560). *ครูในฐานะบุคคลแห่งการเรียนรู้*. ใน ไพฑูรย์ สีนลารัตน์, ความเป็นครูและการพัฒนาครูมืออาชีพ (หน้า 49-62). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรภา ตันติสุขเวช. (2560). *บทบาทครูในศตวรรษที่ 21*. ใน ไพฑูรย์ สีนลารัตน์, ความเป็นครูและการพัฒนาครูมืออาชีพ (หน้า 175-187). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พินสุตา สิริรังศรี. (2560). *ความรู้ ความคิด ทักษะ และคุณธรรมของครู*. ใน ไพฑูรย์ สีนลารัตน์, ความเป็นครูและการพัฒนาครูมืออาชีพ. (หน้า 15-28). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์พันธ์ เฉชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข. (2561). *ทักษะของครู 4.0 PLC & Log book* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. (2558). บทบาทของครูในอนาคต: เตรียมผู้เรียนให้สอนตนเองได้ต่อไป. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 1(1), 1-8.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. (2561). *หลักคิดการจัดการหลักสูตรและการสอน* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วนิดา ชนินทุทรวงศ์. (2551). *คู่มือครูระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ช่วงชั้น 1-2*. กรุงเทพฯ: กรมสุขภาพจิต สถาบันราชานุกูล.
- วิจารณ์ พานิช และวิมลศรี ศุภีวรรณ. (2560). *ศาสตร์และศิลป์ของการสอน*. กรุงเทพฯ: บริษัทภาพพิมพ์จำกัด.
- สมเกียรติ อินทสิงห์. (2563). *การบริหารหลักสูตรสถานศึกษา*. เชียงใหม่: หน่วยพิมพ์เอกสาร คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมหมาย จันทรเรือง. (2563, 12 มกราคม). *ครูในยุค Disruption. มติชนออนไลน์*. สืบค้นจาก www.matichon.co.th
- สำนักงานพัฒนาระบบบริหารงานบุคคลและนิติการ. (2562). *คู่มือการประเมินรางวัลทรงคุณค่า สพฐ. OBEC AWARDS เล่ม 3*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2562, จาก www.obec.go.th
- สุมาลี ชัยเจริญ. (2559). *การออกแบบการสอน หลักการ ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ขอนแก่น: เพ็ญ พรินต์ติ้ง จำกัด.
- Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Beverly Hill, CA: Sage.

Received: 18-12-2020

Revised: 23-02-2021

Accepted: 08-03-2021

การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยอง ด้วยเทคโนโลยีเสมือน

The Development of Innovations for the Conservation of Jao Yonk Local Wisdom Handicrafts with Virtual Technology

ไพรสันต์ สุวรรณศรี¹

Praisun Suwannasri

praisun_suw@cmru.ac.thพิมพ์ชนก สุวรรณศรี²

Pimchanok Suwannasri

pimchanok_tham@cmru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนานวัตกรรมเพื่อการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียน เยาวชน และบุคคลทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 42 คนที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมเพื่อการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน และ 2) แบบประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล คือ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีผลการวิจัยดังนี้ 1) ได้นวัตกรรมเพื่อนำเสนอภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยอง มีองค์ประกอบหลักอยู่ 2 ส่วน คือ หนังสือภูมิปัญญาจาวยอง นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมพื้นบ้านต่างๆ ของชาวยอง และ แอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง ที่มีการแสดงผลหัตถกรรมพื้นบ้านชาวยองในลักษณะของโมเดลสามมิติ สามารถแสดงผลได้ด้วยการใช้แอปพลิเคชันสแกนมาร์คเกอร์ของโมเดลในหนังสือภูมิปัญญาจาวยอง ผู้ใช้สามารถหมุนโมเดลเพื่อดูรูปร่างลักษณะของหัตถกรรมต่างๆ ได้โดยรอบ 2) ความพึงพอใจต่อนวัตกรรมจากผู้ใช้ จำนวน 42 คน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อนวัตกรรมโดยรวมแล้วเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ซึ่งอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

คำสำคัญ: ภูมิปัญญาพื้นบ้าน, ภูมิปัญญาจาวยอง, นวัตกรรม, เทคโนโลยีเสมือน

¹ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Chiangmai Rajabhat University Demonstration School

² ภาควิชาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Department of Computer, Faculty of Science and Technology, Chiang mai Rajabhat University

Abstract

This research aimed to 1) develop an innovation to present Jao Yonk local wisdom in handicrafts by using virtual technology, and 2) study the user's satisfaction towards the innovation. The sample group in this research consisted of 42 youths in Chiang Mai obtained by random sampling method. The research instruments consisted of 1) innovation presenting Jao Yonk local wisdom in handicrafts by using virtual technology and 2) innovation satisfaction assessment form. The statistics used in data analysis were mean and standard deviation. Research results revealed that 1) the innovation presenting Jao Yonk local wisdom in handicrafts with 2 main components, namely, the Jao Yonk Wisdom Book which presenting information related to various folk handicrafts of the Yonk people and the AR wisdom application of the Yonk people presenting Yonk's handicrafts in the form of three-dimensional models. They could be displayed through the using of the scanner's application of the models in the Jao Yonk local wisdom in handicrafts book. Users can control the model presentation by rotating the model to see the shape, characteristics of various handicrafts and the model can also be zoomed in and out; 2) the satisfaction assessment on the innovation of 42 users, the mean of overall satisfaction was 4.07 which was considered as a high level.

Keywords: local wisdom, Jao Yonk wisdom, innovation, virtual technology

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภูมิปัญญาพื้นบ้าน คือ การเอาทรัพยากรความรู้ ทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ในท้องถิ่นแต่ละแห่ง ซึ่งอาจเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน หรือเป็นลักษณะสากลที่หลายๆ ท้องถิ่นมีคล้ายกันได้ ภูมิปัญญาพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่นเกิดจากการที่ชาวบ้านแสวงหาความรู้เพื่อเอาชนะอุปสรรคทางธรรมชาติ ทางสังคมที่จำเป็นในการดำรงชีวิต ภูมิปัญญาพื้นบ้านจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและวิถีชีวิตชาวบ้าน (มนตรี โคตรคันทา, 2550 อ่างใน อาภรณ์ ไร่ไข, 2560) วัดป่าตาล ตั้งอยู่ในตำบลบวกค้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มสร้างขึ้นในคราวที่ชนพม่าได้อพยพมาจากเมืองสิบสองป่านา ซึ่งถือว่าเป็นวัดที่มีประวัติมายาวนานของชุมชนชาวยอง เดิมเป็นวัดร้างมาจนถึงสมัยรวบรวมไพร่พลผู้คนเชื้อสายยองที่มาจากเมืองยอง ถูกกวาดต้อนมาอยู่เมืองเชียงใหม่ ตั้งหลักฐานเป็นชุมชนในตำบลบวกค้างปัจจุบัน ซึ่งจะมีร่องรอยของวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภาษาพูดของชาวบ้านป่าตาลที่ยังคงเป็นเอกลักษณ์ ภายในวัดป่าตาลยังมีพิพิธภัณฑ์ชาวยองก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2542 เพื่อเฉลิมพระเกียรติแด่พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9 ที่ทรงครองราชย์ครบ 50 ปี เก็บรักษาศิลปวัตถุโบราณของชาวยองให้คงอยู่ ให้คนรุ่นหลังได้เข้ามาศึกษาค้นคว้าวิถีชีวิตและเอกลักษณ์เฉพาะของชาวยองในอดีต โดยมีการจัดแสดงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชาวยองในอดีต เครื่องมือเครื่องใช้การเกษตร เครื่องมือทำมาหากิน เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องแต่งกาย และ ผ้าทอฝ้ายชาวยอง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน (มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 2557) ในปัจจุบันทั้งภาครัฐ และหน่วยงานต่างๆ กระตุ้นให้มีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาพื้นบ้านในรูปแบบต่างๆ ไว้เพื่อให้คงอยู่ถึงชนรุ่นหลัง ซึ่งวิธีการอนุรักษ์ภูมิปัญญานั้นมีอยู่หลายวิธี การจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ชาวยองถือเป็นวิธีหนึ่ง นอกจากนี้มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์และภูมิปัญญาของชาวยองด้วย เป็นการนำเสนอในรูปแบบข้อความและภาพประกอบในลักษณะภาพนิ่ง สำหรับให้ผู้สนใจศึกษาและเยี่ยมชมผ่านเว็บไซต์โดยไม่ต้องเดินทางมายังสถานที่จริง ซึ่งปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีเสมือนในการนำเสนอข้อมูลจะทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจถึงสภาพของสิ่งของที่เป็นของจริงได้มากขึ้นกว่าการนำเสนอด้วยภาพนิ่ง

เทคโนโลยีเสมือน (Virtual Technology) คือ การสร้างภาพจำลองที่เสมือนจริงด้วยข้อมูลดิจิทัลแทนที่สภาพแวดล้อมจริงทั้งหมด (ปิยพงษ์ เชนรัมย์, สุนธธเมธ จิตรมหันตกุล, คมสันต์ จันทระเสนา และธนภฤต ตั้งคำเจริญ, 2562)

ผู้ใช้งานจะรู้สึกได้ว่าตนเองได้เข้าไปอยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ที่ถูกจำลองขึ้นจากคอมพิวเตอร์แบบ 360 องศา ความรู้สึกที่ได้เข้าไปอยู่ร่วมกับความเป็นจริงเสมือนนี้สามารถมีได้หลายระดับขึ้นอยู่กับอุปกรณ์แสดงผล ระบบเสียง และคุณภาพของสภาพแวดล้อมจำลอง ซึ่งมีทั้งการจำลองแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ปัจจุบันเทคโนโลยีเสมือนจริงมีลักษณะของการนำเสนอในหลายลักษณะ หนึ่งในนั้นคือการนำเสนอในรูปแบบ โลกจริงผสมโลกเสมือน (Augmented reality : AR) เป็นเทคโนโลยีที่นำแบบจำลองคอมพิวเตอร์ เช่น ภาพกราฟิก วิดีโอ รูปทรงสามมิติ มาซ้อนทับบนสภาพแวดล้อมจริง สามารถใช้งานได้กับสมาร์ตโฟนโดยไม่ต้องมีแว่นตา VR (Virtual Reality) ผู้ใช้งานสามารถหมุนดูข้อมูลเหล่านี้ได้แบบ 360 องศา และย่อขยายแบบจำลองด้วยการเปลี่ยนระยะสมาร์ตโฟนจากเป้าหมาย (AR marker) ที่กำหนดไว้ในสภาพแวดล้อมจริง มีงานวิจัยต่างๆ ที่มีการนำเทคโนโลยีเสมือนไปใช้ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจเนื้อหาวิชาได้ถูกต้องและรวดเร็วว่าการเรียนด้วยบทเรียนแบบเดิมที่เป็นภาพแบบสองมิติ (ณัฐ ติชเจริญ, กรวิวัฒน์ พลเยี่ยม, พนิดา วังคะฮาด และ ปุริมา จารุจรัส, 2557) การให้บริการแบบเสมือนจริงในงานห้องสมุด เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ การนำ AR มาใช้ในห้องสมุดมีแนวโน้มที่ผู้ใช้บริการให้ความชื่นชอบและสนใจ (อนุชา พวงผกา และสุวิทย์ วงษ์บุญมาก, 2560) การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งช่วยสื่อสารให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้นผ่านเทคโนโลยีภาพเสมือนจริงในรูปแบบสามมิติ (ชาญชัย อรรถผาดี และ นิชกานต์ เฟื่องชูช, 2562) รวมทั้งการอนุรักษ์ภูมิปัญญาในด้านต่างๆ ที่บางครั้งน้อยคนนักจะได้มีโอกาสศึกษาหรือสัมผัสได้อย่างใกล้ชิด หรือด้วยสภาพของธรรมชาติอาจทำลายภูมิปัญญาหรือศิลปวัฒนธรรมนั้นๆ ลงไป ซึ่งการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงร่วมกับการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นจะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ เพิ่มความน่าสนใจ เพิ่มความมีส่วนร่วม ทำให้เกิดจินตนาการด้วยการเห็นภาพสามมิติที่ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ เติบโตความรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น (สุมิตรา นวลมีศรี, ปรีดาพรรณ เกษเมธีการุณ และ ลาก พุ่มศิริ, 2558)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีแนวคิดในการนำเทคโนโลยีเสมือนมาประยุกต์ใช้เพื่อนำเสนอข้อมูลภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวยองในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านชาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งแนวทางสำคัญในการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เชิงบูรณาการควบคู่ไปกับการส่งเสริมอนุรักษ์ภูมิปัญญาที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนานวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านชาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อนวัตกรรม

นิยามศัพท์

นวัตกรรม หมายถึง แนวความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาตัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม

เทคโนโลยีเสมือน (Virtual Technology) หมายถึง การแสดงผลภาพจำลองที่เสมือนจริงด้วยข้อมูลดิจิทัล ผสมผสานโลกจริงกับโลกเสมือน กล่าวคือ เป็นการแสดงผลภาพจำลองหัตถกรรมพื้นบ้านเสมือนจริงผสมผสานกับโลกจริงของผู้ใช้งาน

ภูมิปัญญา หมายถึง หัตถกรรมพื้นบ้านของชาวยอง ซึ่งเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ เช่น เครื่องมือจากการจักสาน เครื่องมือจากการปั้น เครื่องมือจากงานไม้

ชาวยอง หมายถึง ชาวเมืองยองซึ่งเป็นชาวลื้อที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานครั้งใหญ่ในเมืองลำพูนและเชียงใหม่ ผู้คนทั่วไปในแถบนั้นจึงเรียกคนที่มาจากเมืองยองว่า ชาวไทยยอง ซึ่งก็คือชาวไทลื้อ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้นวัตกรรมนำเสนอภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือนที่มีการนำเสนอในรูปแบบเอกสารประกอบการใช้เทคโนโลยีเสมือน
2. ผู้ใช้งานสามารถรับชมข้อมูลได้ทั้งในรูปแบบเอกสาร และสามารถมองเห็นภาพของหัตถกรรมพื้นบ้านได้ในรูปแบบสามมิติเพื่อสามารถมองเห็นภาพได้เสมือนจริง
3. เป็นการสืบสานภูมิปัญญาหัตถกรรมในอีกรูปแบบหนึ่งของการนำเสนอที่น่าสนใจมากขึ้น และดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้มากกว่าการนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบเอกสารเพียงอย่างเดียว

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียน เยาวชน และบุคคลทั่วไปที่สนใจในภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน จำนวน 42 คน ที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 2.1 นวัตกรรมเพื่อการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน

- 2.2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมเพื่อการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน โดยแบบประเมินเป็นแบบสำรวจชนิดมาตราประมาณค่า 5 ระดับ มีการแบ่งระดับความพึงพอใจ ดังนี้

5.00 – 4.50	หมายถึง	พอใจมากที่สุด
4.49 – 3.50	หมายถึง	พอใจมาก
3.49 – 2.50	หมายถึง	พอใจปานกลาง
2.49 – 1.50	หมายถึง	พอใจน้อย
1.49 – 0.00	หมายถึง	พอใจน้อยที่สุด

3. การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน

การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน เป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันที่มีการนำเสนอด้วยลักษณะของโลกจริงผสมโลกเสมือนซึ่งใช้งานร่วมกับเอกสารนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านในพื้นที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการพัฒนานวัตกรรมนี้ประกอบด้วยกระบวนการพัฒนาทั้งหมด 7 ขั้นตอน (พิมพ์ชนก สุวรรณศรี และ ศศิณิสสา พัทธธนโรจน์, 2561) ดังนี้

- 3.1 เก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการศึกษา รวบรวมเอกสารงานที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาชาวยอง สัมภาษณ์คนในชุมชน คุณยายวิไลใจจา ซึ่งเป็นคนในชุมชนวัดป่าตาลตันตู ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานหัตถกรรมชุมชนพื้นบ้านชาวยอง และสำรวจสภาพแวดล้อมบริบทชุมชน โรงเรียน หมู่บ้าน วัด แหล่งเรียนรู้อื่นในชุมชน ซึ่งพบว่าในชุมชนมีวัดเป็นศูนย์กลางของการทำกิจกรรมด้านภูมิปัญญา เช่น การรวมกลุ่มของแม่บ้านในชุมชนเพื่อทำการทอผ้า และทำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ตลอดจนจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านชาวยองขึ้นในวัดป่าตาลตันตู ทำให้พบว่ามีภูมิปัญญาที่หลากหลาย หนึ่งในนั้นมีภูมิปัญญาเกี่ยวกับหัตถกรรมพื้นบ้านที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำรงชีวิตของชาวยองในอดีตจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 1 ลงพื้นที่ชุมชนวัดป่าตาลตันตู

3.2 วิเคราะห์และกำหนดขอบเขต

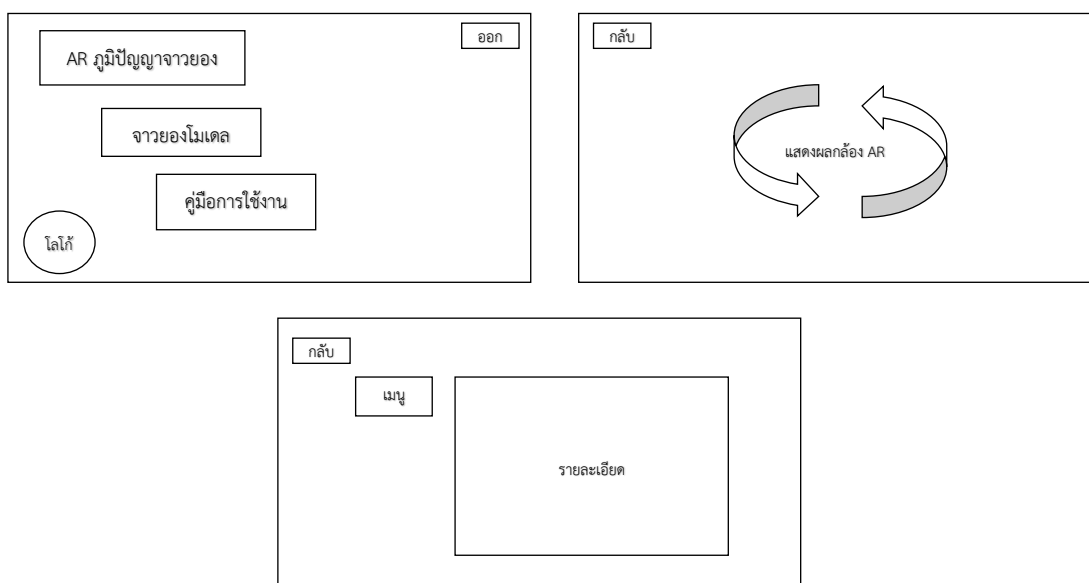
เมื่อทำการรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาในพื้นที่ชุมชนแล้ว ต่อไปจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ เพื่อกำหนดขอบเขตในการพัฒนาวัตกรรมเพื่อนำเสนอภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน โดยทำการสังเคราะห์เนื้อหาที่จะนำเสนอซึ่งจัดหมวดหมู่งานหัตถกรรมพื้นบ้านได้ 3 กลุ่ม คือ เครื่องมือจากการจักสาน เครื่องมือจากการปั่น และ เครื่องมือจากงานไม้ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์และกำหนดขอบเขตของนวัตกรรมโดยมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเสมือนประกอบการนำเสนอเนื้อหาของภูมิปัญญาหัตถกรรม โดยมีการแสดงรายละเอียดของภูมิปัญญาหัตถกรรมในรูปแบบของหนังสือที่ประกอบไปด้วย รูปภาพ และข้อความบรรยายรายละเอียด คือหนังสือภูมิปัญญาจาวยอง ซึ่งสามารถแสดงรูปเสมือนของหัตถกรรมพื้นบ้านในรูปแบบโมเดล 3 มิติได้ด้วยแอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง ที่ใช้งานผ่านสมาร์ตโฟนบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ โดยผลจากการใช้เทคโนโลยีเสมือนเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอรูปแบบจำลองของสิ่งของต่างๆ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถมองเห็นโมเดลสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ รับชมได้ 360 องศา เสมือนกับได้รับชมของจริง

3.3 การออกแบบ

การออกแบบนวัตกรรม แบ่งลักษณะของงานออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.3.1 การออกแบบหนังสือภูมิปัญญาจาวยอง สำหรับนำเสนอข้อมูลรายละเอียดของภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน จัดทำเป็นรูปเล่มหนังสือขนาด A5

3.3.2 การออกแบบแอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง



ภาพที่ 2 ออกแบบส่วนแสดงผลแอปพลิเคชัน

3.4 การพัฒนานวัตกรรม

การออกแบบนวัตกรรม แบ่งลักษณะของงานออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.4.1 หนังสือภูมิปัญญาจาวยอง

การพัฒนาหนังสือภูมิปัญญาจาวยอง ทำการพัฒนาโดยใช้โปรแกรมอะโดบีโฟโต้ชอป (Adobe Photoshop) ในตกแต่งรูปภาพต่างๆ ที่เป็นรูปหัตถกรรมพื้นบ้าน และใช้โปรแกรมอะโดบีอิลลัสเตเตอร์ (Adobe Illustrator) ในการออกแบบและจัดรูปแบบของหนังสือในแต่ละหน้า เสมือนเป็นเครื่องมือในการรวมองค์ประกอบของข้อมูลต่างๆ ของหนังสือให้สมบูรณ์

3.4.2 การออกแบบแอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง

การพัฒนาแอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง ทำการพัฒนาแอปพลิเคชันโดยใช้โปรแกรมยูนิตี้ (Unity) ใช้โปรแกรมอะโดบีโฟโต้ชอป (Adobe Photoshop) ในการสร้างรูปมาร์คเกอร์ และออกแบบหน้าจอของแอปพลิเคชัน ใช้โปรแกรมเบลนเดอร์ (Blender) ในการสร้างโมเดล 3 มิติ และใช้บล็อกอินโฟเรีย (Vuforia) ร่วมกับโปรแกรมยูนิตี้ เพื่อแสดงภาพจำลองเสมือนจริง (AR) ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวสามารถใช้งานกับสมาร์ตโฟนที่ทำงานด้วยระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android)

3.5 การทดสอบนวัตกรรม

เมื่อทำการพัฒนานวัตกรรมจนแล้วเสร็จ จึงทำการทดสอบการทำงาน โดยการสุ่มอย่างง่ายจากผู้ทั่วไป เพื่อทดสอบการทำงานของนวัตกรรม ซึ่งจุดหลักของการทดสอบคือ การทำงานของแอปพลิเคชัน โดยเริ่มจากการทดสอบการลงโปรแกรมในสมาร์ตโฟน การเข้าสู่แอปพลิเคชัน การแสดงผลหน้าแรก จนถึงหน้าจอเมนูหลัก ซึ่งในหน้าจอเมนูหลักมีการแทรกเสียงเพลงประกอบ จากนั้นจึงทดสอบการเข้าใช้งานในเมนู จาวยองโมเดล และ คู่มือการใช้งาน โดยเริ่มจากเมนูจาวยองโมเดล ซึ่งเป็นหน้าจอที่จะต้องใช้กล้องของสมาร์ตโฟน สแกนมาร์คเกอร์บนหนังสือภูมิปัญญาจาวยอง เพื่อทำการโหลดโมเดลหัตถกรรมพื้นบ้านในรูปแบบ 3 มิติ ซึ่งผลการทดสอบในครั้งแรก การโหลดโมเดลในบางชนิดไม่สามารถทำได้เนื่องจาก ภาพมาร์คเกอร์ที่ใช้มีความละเอียดของภาพต่ำ จึงต้องทำการปรับเปลี่ยนรูปภาพที่ใช้เป็นมาร์คเกอร์ใหม่เพื่อให้การสแกนภาพมาร์คเกอร์มีความสมบูรณ์มากขึ้น เมื่อเปิดโมเดล 3 มิติเพื่อแสดงผล สามารถหมุนโมเดลดูรายละเอียดโดยรอบได้ เหมือนการจับวัตถุของจริงเพื่อพลิกดูส่วนต่างๆ ของหัตถกรรมชิ้นนั้นได้ เมื่อทำการทดสอบจนได้นวัตกรรมที่สมบูรณ์สามารถใช้งานได้ จึงนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.6 การทดลองใช้งานนวัตกรรม

นวัตกรรมการไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 42 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการศึกษาภูมิปัญญาจาวยองจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น ทั้งในส่วนของหนังสือภูมิปัญญาจาวยอง และ แอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง โดยให้ผู้ทดลองใช้งานกับอุปกรณ์มือถือของตนเองที่เป็นระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการติดตั้งโปรแกรม เข้าเมนูการทำงานต่างๆ สแกนภาพมาร์คเกอร์เพื่อเปิดโมเดล 3 มิติ จนแล้วเสร็จ ให้ผู้ใช้ออกแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้งานนวัตกรรม

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

หลังจากนวัตกรรมการไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างและทำการตอบแบบประเมินความพึงพอใจแล้ว ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมข้อมูลเพื่อสรุปผลที่ได้จากการศึกษา

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน





ภาพที่ 3 หนังสือภูมิปัญญาจาวยอง

การพัฒนานวัตกรรมในครั้งนี้ มีองค์ประกอบอยู่ 2 ส่วน คือ หนังสือภูมิปัญญาจาวยอง ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวยอง และ แอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง ที่มีการนำเสนอรูปแบบโมเดลของหัตถกรรมพื้นบ้านชาวยองในลักษณะของโมเดล 3 มิติ ซึ่งสามารถแสดงผลได้ด้วยการใช้แอปพลิเคชันสแกนมาร์คเกอร์ของโมเดลในหนังสือภูมิปัญญาจาวยอง ทั้งสองส่วนนั้น มีรายละเอียด ดังภาพที่ 3 และ 4



ภาพที่ 4 แอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง

2. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรม

นวัตกรรมการไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ผู้ไปทดลองใช้งานกับอุปกรณ์มือถือของตนเองที่เป็นระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการติดตั้งโปรแกรม จากนั้นผู้ไปตอบแบบประเมินการใช้งานนวัตกรรม ซึ่งมีผู้ตอบแบบประเมินนวัตกรรม จำนวน 42 คน ได้ผลการตอบแบบประเมิน ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการตอบแบบประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรม

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
หนังสือภูมิปัญญาจาวยอง			
1. แบบตัวอักษรเหมาะสมต่อการอ่าน	4.10	0.58	พอใจมาก
2. สีตัวอักษรและพื้นหลังเหมาะสม	3.98	0.68	พอใจมาก
3. ภาพประกอบมีความเหมาะสม	3.95	0.54	พอใจมาก
4. การจัดวางองค์ประกอบแต่ละส่วนมีความเหมาะสม	3.93	0.60	พอใจมาก
5. การนำเสนอข้อมูลจากหนังสือในภาพรวมมีความเหมาะสม	4.12	0.40	พอใจมาก
แอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง			
6. การติดตั้งและถอนแอปพลิเคชันทำได้ง่าย	4.07	0.68	พอใจมาก
7. ความรวดเร็วในการโหลดภาพสามมิติหัตถกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้าน	4.12	0.77	พอใจมาก
8. การนำเสนอภาพสามมิติของหัตถกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านมีความเสมือนจริง	4.19	0.55	พอใจมาก
9. การแสดงผลเสียงประกอบแอปพลิเคชันมีความเหมาะสม	3.83	0.58	พอใจมาก
10. การใช้งานแอปพลิเคชันโดยรวมใช้งานง่าย	4.14	0.72	พอใจมาก
ภาพรวมจากการใช้งานนวัตกรรม			
11. การใช้งานร่วมกันระหว่างหนังสือและแอปพลิเคชันมีความเหมาะสม	4.21	0.56	พอใจมาก
12. ส่งเสริมการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านได้	4.17	0.79	พอใจมาก
เฉลี่ยในภาพรวม	4.07	0.62	พอใจมาก

ผลการตอบแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้งานนวัตกรรมจากผู้ไป ในการตอบแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 12 ประเด็น พบว่าผู้ไปมีความพึงพอใจในการใช้งานนวัตกรรมโดยรวมแล้วเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ซึ่งอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่าประเด็นที่ 11 การใช้งานร่วมกันระหว่างหนังสือและแอปพลิเคชันมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ยคือ 4.21

อภิปรายผล

การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านจาวยองด้วยเทคโนโลยีเสมือน เป็นการพัฒนานวัตกรรมที่มีการใช้งานร่วมกันระหว่างหนังสือภูมิปัญญาจาวยอง กับ แอปพลิเคชัน AR ภูมิปัญญาจาวยอง ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้ และรู้จักภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านที่ใกล้เคียงกับของจริงมากกว่าการนำเสนอด้วยรูปภาพและข้อความเท่านั้น ซึ่งหากผู้ใช้งานสามารถเห็นภาพเสมือนจริงและสามารถโต้ตอบได้จะเป็นแรงจูงใจในการเรียนรู้เพิ่มขึ้น ซึ่งความเป็นจริงเสมือนเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสร้างแรงจูงใจร่วมของผู้ไปได้ (Kaur, Mantri & Horan, 2020) รวมทั้งช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ เพิ่มความน่าสนใจ เพิ่มความมีส่วนร่วม ทำให้เกิดจินตนาการด้วยการเห็นภาพสามมิติที่

ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ เติบโตความรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ สมิตรา นวลมีศรี, ปรีดาพรรณ เกษเมธีการุณ และลาภ พุ่มหิรัญ (2558) และสอดคล้องกับผลการประเมินความพึงพอใจในรายการประเมินด้านการใช้งานร่วมกันระหว่างหนังสือและแอปพลิเคชันมีความเหมาะสม ซึ่งผู้ที่มีความพึงพอใจโดยรวมด้วยค่าเฉลี่ย 4.21 ซึ่งมีความพึงพอใจมาก เนื่องจากการนำเสนอในส่วนของหนังสือเป็นการนำเสนอด้วยรูปภาพ และ ข้อความที่มีการนำเสนอรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านของแต่ละชนิด ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการนำเสนอข้อมูล และเมื่อนำมาใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชันที่สามารถนำเสนอโมเดลสามมิติของเหตุการณ์บ้านทำให้ผู้ใช้งานสามารถเห็นภาพเสมือนจริงเสมือนกับได้เห็นของจริง จึงช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และด้วยคุณสมบัติของแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้งานสามารถหมุนดูโมเดลสามมิติได้โดยรอบในทุกๆ มุมมองทำให้เหมือนกับได้หยิบ ได้ชมของจริงมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Danaei, Jamali, Mansourian & HassanRastegarpour (2020) ที่ทำการศึกษการเปรียบเทียบความเข้าใจในการอ่านหนังสือนิทานของเด็ก ระหว่างการอ่านหนังสือนิทานแบบดั้งเดิม กับ การอ่านหนังสือนิทานที่มีการนำเสนอในรูปแบบความจริงเสริม (AR) ร่วมด้วย ผลการศึกษพบว่าเด็กที่อ่านหนังสือนิทานที่มีการนำเสนอในรูปแบบความจริงเสริมร่วมด้วยมีความเข้าใจดีกว่าจากการตอบคำถามและการเล่าเรื่อง สอดคล้องกับรายการประเมินด้านการนำเสนอภาพสามมิติของเหตุการณ์ภูมิปัญญาพื้นบ้านมีความเสมือนจริง ซึ่งผู้ที่มีความพึงพอใจมากด้วยค่าเฉลี่ย 4.19 และด้วยคุณสมบัติของเทคโนโลยีเสมือนทำให้ผู้เกิดความสนใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญา สอดคล้องกับ ณัฏฐา ผิวมา และปรีศนา มัชฌิมา (2561) เนื่องจากรูปแบบของแอปพลิเคชันเทคโนโลยีความจริงเสริมมีการนำเสนอที่น่าสนใจโดยนำเสนอในรูปแบบมีลิตมิติเดียวที่รวมเอาทั้งภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว มาใช้ในการนำเสนอ จึงช่วยทำให้ผู้เข้าใจเนื้อหา หรือข้อมูลในหนังสือเล่มนั้นมากขึ้น เป็นการส่งเสริมให้ผู้สนใจภูมิปัญญาทางศิลปวัฒนธรรมที่มีคุณค่าของไทย สอดคล้องกับรายการประเมินด้านนวัตกรรมส่งเสริมการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาเหตุการณ์บ้านได้ โดยผู้ที่มีความพึงพอใจมากด้วยค่าเฉลี่ย 4.17 สอดคล้องกับ กมล จิราพงษ์ (2555) พบว่าสามารถนำเอาเทคโนโลยีโลกเสมือนจริงมาใช้เพื่อแก้ปัญหาการเข้าถึงวัฒนธรรมไทยได้หลายพื้นที่ โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านกายภาพ เช่น ความลำบากในการเดินทาง ความปลอดภัย และความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภค เนื่องจากเทคโนโลยี และสื่อที่เป็นที่นิยมสำหรับเด็กยุคใหม่ เช่น สังคมออนไลน์ วีดีโอ เกม และภาพสามมิติ เป็นเครื่องมือในการดึงดูดให้คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจ และสามารถสอดแทรกความรู้ ความเข้าใจ และภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมของไทยเข้าไปได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. อุปกรณ์มือถือที่ใช้ในการติดตั้งแอปพลิเคชันควรมีทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อให้การใช้งานโปรแกรมมีความต่อเนื่องและแสดงผลได้ดี ทรัพยากรของอุปกรณ์ขั้นต่ำ คือ ความละเอียดจอภาพ 720 x 1600 พิกเซล แรม 3 กิกะไบต์ รวม 64 กิกะไบต์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. สามารถนำแนวทางการพัฒนาไปประยุกต์ใช้กับกรอนุรักษ์ภูมิปัญญาในท้องถิ่นอื่น
2. ควรเพิ่มขีดความสามารถของนวัตกรรมที่ได้ ด้วยการบูรณาการใช้บนแพลตฟอร์มเทคโนโลยีดิจิทัลอื่นๆ เช่น Line Bot , Page management ฯลฯ ที่มีในปัจจุบัน
3. ควรนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปบูรณาการพัฒนาและประยุกต์ใช้ข้ามศาสตร์ หลากหลายสาขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งใช้กับเนื้อหาสาระที่มีบริบทธรรมชาติเนื้อหาเป็นลักษณะนามธรรม หรือเป็นสิ่งที่อยู่ไกลตัว หรือสุมเสี่ยงและอันตรายต่อการเข้าไปศึกษาโดยตรงจากของจริง เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กมล จิราพงษ์. (2555). *การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทยด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง กรณีศึกษาโครงการไทยแลนด์แพลเน็ต*. คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพฯ.
- ชาญชัย อรรถผาดี และณิชนันท์ เพ็ญชู. (2562). การพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ โดยใช้เทคโนโลยีภาพเสมือนจริง. ใน *การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 10* (น. 581-595). หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ณัฏฐ์ ดิษเจริญ, กรวิวัฒน์ พลเยี่ยม, พนิดา วังคะฮาด และปุมิ จารุจรัส. (2557). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้เรื่อง โครงสร้างอะตอมและพันธะเคมีด้วยเทคโนโลยีออกเมนเตดเรียลลิตี. *วารสารหน่วยวิจัยวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้*, 5(1), 21-27.
- ณัฏฐา ผิวมา และปริศนา มัชฌิมา. (2561). การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาเรื่องการทำบาตรของชุมชนบ้านบาตร. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 31(1), 241-262.
- ปิยพงษ์ เซนรัมย์, สุคนธ์เมธ จิตรมหันตกุล, คมสันต์ จันทระเสนา และธนภุต ตั้งคำเจริญ. (2562). *การสร้างสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้เสมือนจริงสำหรับห้องเรียนธรณีวิทยา*. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562, จาก <http://vrgeology.net/vrtechnology/>
- พิมพ์ชนก สุวรรณศรี และศศิณิสสา พัชรธนโรจน์. (2561). การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เทศบาลเมือง เมืองแกนพัฒนา อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 37(3), 424-430.
- มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. (2557). *วัดป่าตาล*. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562, จาก www.templethailand.org/ID50130406-วัดป่าตาล.html
- สมิตรา นวลมีศรี, ปรีดาพรรณ เกษเมธีการุณ และ ลาก พุ่มทริฎ. (2558). การพัฒนาระบบสื่อเสมือนจริงสำหรับชุดไทยพระราชานิยม. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มทร. ธัญบุรี*, 5(2), 74-84.
- อนุชา พวงผกา และสุวิทย์ วงษ์บุญมาก. (2560). เทคโนโลยีเสมือนจริงในงานห้องสมุด. *วารสารพิภพ*, 15(1), 1-18. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562, จาก <https://research.kpru.ac.th/research2/pages/filere/15702018-05-24.pdf>
- อาภรณ์ รัช. (2560). *ภูมิปัญญาชาวบ้านกับความหลากหลายทางชีวภาพ*. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562, จาก <https://www.scimath.org/lesson-biology/item/7051-2017-05-23-14-19-46>
- Danaei, D., Jamali, H. R., Mansourian, Y. & HassanRastegarpour, H. (2020). Comparing Reading Comprehension between Children Reading Augmented Reality and Print Storybooks. *Computers & Education*, 153, p. 103900. doi:10.1016/j.compedu.2020.103900
- Kaur, D.P., Mantri, A., & Horan, B. (2020). Enhancing Student Motivation with use of Augmented Reality for Interactive Learning in Engineering Education. *Computer Science*, 172, 881-885. doi: 10.1016/j.procs.2020.05.127

Received: 03-12-2020

Revised: 02-02-2021

Accepted: 10-02-2021

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
New Media Literacy Skills and Usage Behaviours of Facebook and Line
Application among the Communication Arts Undergraduate Students,
Sukhothai Thammathirat Open University

เสาวณี ชินนาลอง¹

Saowanee Chinnalong

csaowanee@gmail.comบุษบา สุธีธร¹

Bussaba Suteetorn

bussaba1957@gmail.comสุกานดา วรพันธุ์พงศ์¹

Sukanda Worapunpong

nuisukanda@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในประเด็นดังนี้ 1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ 2. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ 3. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ 4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ 5. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ และ 6. ความต้องการใช้สื่อใหม่เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ในระบบการศึกษาทางไกล งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาตรีที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ซึ่งเป็นชุดวิชาสุดท้ายก่อนนักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา รวมจำนวน 178 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มนักศึกษาที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ จำนวน 24 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ในระดับมาก โดยใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด และระบุเหตุผลการใช้ว่าใช้เพื่อฆ่าเวลา เพื่อการทำงานหรือการเรียนในระดับมากที่สุด ส่วนสื่อออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ ไลน์ เฟซบุ๊กและยูทูบ ในส่วนพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ กลุ่มตัวอย่างใช้เครื่องมือต่างๆ ของเฟซบุ๊กได้หลากหลาย โดย

¹ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

เครื่องมือที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ กดโลค์ โปสเตอร์และส่งข้อความส่วนตัว ส่วนเครื่องมือในไลน์ที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ การแชท การส่งสติ๊กเกอร์และการเพิ่มเพื่อน ในส่วนของระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร แต่พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กทั้งด้านความถี่และระยะเวลาที่ใช้ แต่สำหรับพฤติกรรมการใช้ไลน์ทั้งด้านความถี่และระยะเวลาที่ใช้ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับอายุของผู้ใช้ แต่กลับพบว่ามีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของผู้ใช้ นอกจากนี้ระดับการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าทั้งเฟซบุ๊กและไลน์ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ และสาขาวิชานิเทศศาสตร์ควรใช้เฟซบุ๊กและไลน์เป็นสื่อในการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ การมอบหมายกิจกรรมการทำรายงาน กิจกรรมการศึกษาด้วยตนเองและการให้คำแนะนำจากอาจารย์แก่นักศึกษาเพื่อการปรับปรุงกิจกรรม การแจ้งข้อมูลการสอนเสริม และข้อมูลกิจกรรมการฝึกอบรม เนื่องจากสื่อออนไลน์เข้าถึงตัวนักศึกษาได้รวดเร็ว เปิดดูซ้ำได้และติดต่อกลับได้โดยไม่จำกัดด้านเวลาในการเข้าถึง โดยนักศึกษาไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อใหม่, พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่, ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่

Abstract

This research was a survey of undergraduate students studying Communication Arts at Sukhothai Thammathirat Open University that aimed to evaluate 1) their new media literacy level 2) behaviours in using the Facebook and Line applications; 3) the correlation between demographic factors and the students' new media literacy; 4) the correlation between demographic factors and the students' behaviours in using the Facebook and Line applications; and 5) the correlation between students' new media literacy and their behaviours in using the Facebook and Line applications. This was a mixed methods research. For the quantitative portion, a questionnaire was administered to 178 students who enrolled in the professional experience in communication arts workshop at Sukhothai Thammathirat Open University. For the qualitative portion, interviews were conducted with 24 key informants selected from the sample.

The results showed that the majority of the sample had a high level of new media literacy. The majority reported spending time using the Internet at the highest level. Their purposes for using the Internet are for killing time, for work or study the most. The online social media applications they used the most were Line app, Facebook and YouTube, respectively. They used a variety of the functions on Facebook and the functions they used the most were to click "like", to post photographs, and to send private messages respectively. The functions of Line app they used the most were chatting, sending stickers and adding friends, respectively. Level of new media literacy did not correlated with any of the demographic factors. However, age is the factor correlated with Facebook usage behaviour in terms of frequency of use and average length of time usage. While income is the only factor correlated with Line app usage behaviour. There is a significant relationship between new media literacy and Facebook usage behaviour and Line usage behaviour.

Interviews with key informants regarding using the Facebook and Line applications for the purpose of studying revealed that both Facebook and Line app could meet a variety of the key informants' needs. They suggested that the School of Communication Arts, STOU could use Facebook and Line app in the management of courses such as managing assignments, self-learning sessions, academic counselling, and sharing academic information because those applications are convenient for students to reach, re-open and send feedback of courses information without any extra cost.

Keywords: New media literacy, New media usage behaviour, New media literacy level.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่อใหม่เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของคนในสังคม จากเดิมที่เปิดรับสื่อมวลชนเป็นหลัก อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ มาเป็นการเปิดรับสื่อใหม่ในโลกออนไลน์ โดยจากรายงาน “ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 (Thailand Internet User Behaviour 2019)” ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA (2558) ซึ่งจำแนกกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็น 4 เจเนอเรชัน ได้แก่ Gen Z (น้อยกว่า 19 ปี) , Gen Y (19-38 ปี), Gen X (39-54 ปี), และ Baby Boomer (55-73 ปีขึ้นไป) ผลการสำรวจพบว่า กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 10 ชั่วโมง 36 นาทีโดยใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา เมื่อ

จำแนกตามกิจกรรมออนไลน์ยอดนิยมของผู้ใช้งาน 10 อันดับแรก ได้แก่ ใช้ Social Media เช่น Facebook, Line, Instagram 91.2% รองลงมาคือ ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ 71.2%, ค้นหาข้อมูลออนไลน์ 70.7%, รับ-ส่งอีเมล 62.5%, ชำระเงินออนไลน์ 60.6%, อ่านหนังสือ/บทความออนไลน์ 57.1%, ซื้อสินค้า/บริการออนไลน์ 57.0%, ติดต่อสื่อสารออนไลน์ 50.0%, เล่นเกมออนไลน์ 34.1% และใช้แอปพลิเคชันถ่ายทอดสด (Live) 29.6%

จากพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ข้างต้น ส่งผลให้กระบวนการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยเปลี่ยนสภาพจากการสื่อสารทางเดียว กล่าวคือผู้รับสารได้รับทราบข่าวสารจากองค์กรสื่อเช่น การพิมพ์วิทยุ การชมรายการทางโทรทัศน์เป็นหลัก มาเป็นการสื่อสารสองทางผ่านทางสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด อีกทั้งตัวผู้รับสารเองก็สามารถสลับบทบาทไปเป็นผู้ส่งสารได้พร้อมกัน (user-generated content) บทบาทที่เปลี่ยนไปนี้ ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก และไลน์ เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นแหล่งหรือช่องทางการสื่อสารที่แพร่ขยายไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สื่อดังกล่าวเป็นที่รวมของข่าวลือ เนื้อหาลวง หรือเรื่องราวที่หมิ่นเหม่ตอกกฎหมาย โดยที่ผู้รับสารไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่กลับทำหน้าที่ส่งต่อเนื้อหาเหล่านั้นด้วยความไม่รู้เท่าทัน ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางความคิดและความเสียหายแก่บุคคลในด้านต่างๆ เช่น ด้านโภชนาการ ด้านการรักษาสุขภาพ ด้านการเมือง ฯลฯ

สาขาวิชานิเทศศาสตร์เป็นสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่ผลิตนักนิเทศศาสตร์ ไปทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร นั่นคือ การทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาหรือสารเพื่อสื่อสารไปยังมวลชนผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ รวมทั้งสื่อใหม่ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตามในหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิตของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ยังไม่ได้บรรจุวิชาการรู้เท่าทันสื่อเข้าไปเป็นชุดวิชาแกนหรือชุดวิชาเฉพาะในหลักสูตรปริญญาตรี มีเพียงการสอดแทรกเนื้อหาความรู้ดังกล่าวไว้เป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอนของบางชุดวิชาเท่านั้น นอกจากนี้สาขาวิชานิเทศศาสตร์ยังไม่เคยทำการสำรวจว่านักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาออกไปเป็นบัณฑิตของสาขาวิชาและจะออกไปปฏิบัติงานในองค์กรด้านสื่อประเภทต่างๆ ไปนั้นมีความรู้เท่าทันสื่อมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ความรู้เท่าทันสื่อใหม่” จึงเป็นที่มาของความสนใจของคณะวิจัย ซึ่งมุ่งที่จะศึกษาระดับทักษะ “รู้เท่าทันสื่อใหม่” ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ โดยมุ่งวัดระดับทักษะความรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาผ่านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ได้แก่ เฟซบุ๊ก และไลน์ เนื่องจากเห็นว่านักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์เป็นผู้ศึกษาด้านการสื่อสารควรมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสื่อสารที่ต้องเน้นความถูกต้องของข้อเท็จจริงเป็นสำคัญ การมีทักษะ “เท่าทันสื่อใหม่” โดยไม่ตกเป็นเครื่องมือในการช่วยเผยแพร่เนื้อหาที่ปนด้วยผลประโยชน์แอบแฝง หรือมีอคติปนเปื้อนจึงเป็นสิ่งที่สถาบันผู้ผลิตบัณฑิตที่จะออกไปทำงานสื่อสารกับสังคมควรให้ความสำคัญ ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อการปรับปรุงเพิ่มเติมช่องว่างด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ควรดำเนินการเพื่อเติมเต็มให้นักศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีให้เป็นผู้มีทักษะที่เหมาะสมด้านการรู้เท่าทันสื่อใหม่สามารถเป็นผู้ประกอบวิชาชีพทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารรวมถึงเป็นผู้รับสารที่มีความรู้เท่าทันได้อย่างมีคุณภาพ มีความรับผิดชอบต่อการทำหน้าที่เป็นนักสื่อสารที่ได้รับความน่าเชื่อถือจากสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ในประเด็นดังนี้คือ

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่
2. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์
3. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่กับลักษณะประชากร
4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์กับลักษณะประชากร
5. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ และ

6. ความต้องการใช้เพชบุ๊กและไลน์ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ในระบบการศึกษาทางไกล

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

นำผลการศึกษามาประกอบการแสวงหาแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งสองประเภทเพื่อประโยชน์ในการจัดการบริการด้านการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การให้คำปรึกษา และการสร้างเครือข่ายบริการวิชาการแก่นักศึกษาให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพสังคมต่อไป

แนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ

European Commission (2007), Canadian Council on Learning (2008) และ UNESCO - Teacher Training (2008) นิยามความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า ความสามารถในการเข้าถึง (access) เข้าใจ (understand) ประเมิน (evaluate) และสร้างสรรค์ (create) เนื้อหาสื่อที่หลากหลายภายใต้บริบทต่างๆ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า “รู้เท่าทันสื่อ” คือ ทักษะหรือความสามารถในการ “ใช้สื่ออย่างรู้ตัว” และ “ใช้สื่ออย่างตื่นตัว”

คำว่า “ใช้สื่ออย่างรู้ตัว” ขยายความได้ว่า สามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ สามารถโต้ตอบได้อย่างมีสติและรู้ตัว สามารถตั้งคำถามได้ว่าควรเชื่อหรือไม่ หรือมีค่านิยมความเชื่อใดที่แฝงมากับสื่อนั้น ผู้ผลิตสื่อหวังผลอะไร

ส่วนคำว่า “ใช้สื่ออย่างตื่นตัว” ขยายความได้ว่า แทนที่จะเป็นฝ่ายตั้งรับอย่างเดียว ต้องเปลี่ยนมาเป็นฝ่ายรุกบ้าง โดยการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เข้าถึงข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ รวมทั้งสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ มีส่วนร่วมพัฒนาให้ดีขึ้น เช่น ท้วงติงหรือร้องเรียนเมื่อพบว่าไม่เหมาะสม เรียกร้องสิทธิในฐานะผู้บริโภคสื่อ ฯลฯ

บุพบา เมฆศรีทองคำ (2554) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า ความสามารถของแต่ละบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ ตีความ ประเมิน และสร้างเนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลาย ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อโดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ และสามารถเสริมสร้างพลังอำนาจของตนเองเพื่อให้สามารถใช้สื่อเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคม

ในส่วนของมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย (2559) ให้ความเห็นในเรื่อง “รู้เท่าทันสื่อ ICT” ว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การที่เราไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิด วิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถาม เป็นต้นว่า จริงหรือไม่จริง ใครเป็นคนให้ข้อมูล เขาต้องการสื่อสารอะไร มีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่ ต้องการสื่อสารให้ใคร ใครได้ประโยชน์ ฯลฯ

ในทัศนะของผู้เขียนเห็นว่า การรู้เท่าทันสื่อใหม่จัดเป็นความรู้และทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับประชาชนทุกคนทุกเพศ ทุกวัยในบริบทสังคมที่ภูมิทัศน์ของสื่อหลอมรวมเข้าด้วยกันในปัจจุบัน ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะผู้ส่งสารหรือผู้รับสาร ทักษะการรู้เท่าทันไม่เพียงแต่จะสามารถเข้าถึง เข้าใจ วิเคราะห์ แต่จะต้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้วยจิตสำนึกของความตระหนักในผลกระทบที่อาจเกิดจากการใช้หรือเผยแพร่เนื้อหาที่ตนสื่อสารออกไปด้วย

สำหรับงานวิจัยนี้ การรู้เท่าทันสื่อใหม่ หมายถึง ทักษะทางสังคมที่สำคัญและจำเป็นเพื่อนำไปใช้ในภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการพัฒนาทักษะเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยทักษะทางสังคมอื่นๆ เป็นพื้นฐาน โดยพัฒนาในลักษณะของความสัมพันธเชิงกลุ่ม (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice, 2006)

แนวคิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่

1. งานวิจัยรุ่นบุกเบิกของความรู้เท่าทันสื่อใหม่ซึ่งปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้เป็นกรอบอ้างอิงหลักในการศึกษาความรู้เท่าทันสื่อใหม่คือ งานวิจัยของ Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice. (2006) เรื่อง Confronting the

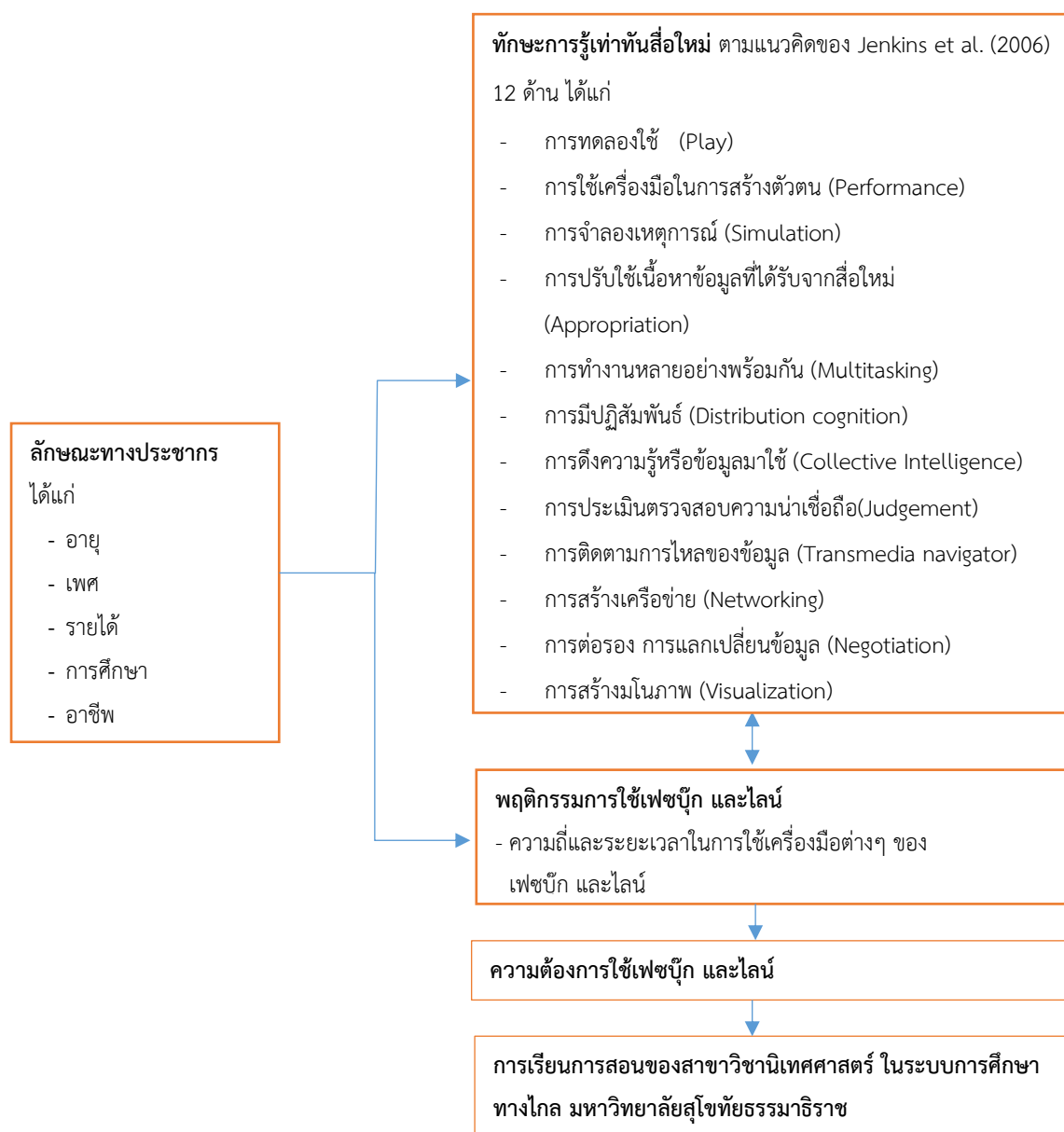
Challenges of Participatory Culture: Media Education in the 21st century ซึ่งเสนอแนวคิดที่ว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ ประกอบด้วยทักษะ 12 ประการ ทั้งนี้แนวคิดตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีและการเรียนรู้ ผู้ใช้สื่อในปัจจุบันไม่ได้บริโภคเนื้อหาเท่านั้น แต่ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ (participate and engage) ในการสื่อสารโดยการสร้างและแชร์เนื้อหาด้วย เช่น การอัปเดตสถานะทางเฟซบุ๊ก การทวีตข้อความทางทวิตเตอร์ การสร้างวิดีโอเผยแพร่ทางยูทูบ เป็นต้น ซึ่งการสร้างและแชร์เนื้อหาในลักษณะนี้เป็นการสร้าง “วัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (participatory culture)” (Ahn, 2013) โดย Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice. (2006) เสนอทักษะ 12 ทักษะซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่ใช้ในสภาพการณ์ของสื่อใหม่ ได้แก่

- 1) ทักษะการทดลองใช้ (Play) เป็นความสามารถในการทดลอง เพื่อแก้ไขปัญหาการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ เช่น การทดลองแก้ไขปัญหาการใช้ไลน์ หรือ การส่งต่อภาพที่ได้รับมาทางไลน์ เป็นต้น
- 2) ทักษะการใช้เครื่องมือในการสร้างตัวตน (Performance) เช่น การสร้างโปรไฟล์ของตนเองโดยใส่ภาพ และตั้งชื่อทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 3) ทักษะการจำลองเหตุการณ์ (Simulation) เป็นความสามารถในการตีความและสร้างแบบจำลองของโลกเสมือนจริง สามารถทำความเข้าใจสถานการณ์ที่ผู้อื่นประสบ โดยที่ไม่จำเป็นต้องอยู่ร่วมหรือมีประสบการณ์ในเหตุการณ์นั้นๆ เช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวไทยซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทยตีความเหตุการณ์โรงไฟฟ้านิวเคลียร์รั่วที่ประเทศญี่ปุ่น การอพยพเคลื่อนย้ายผู้ประสบไฟป่าในออสเตรเลีย เป็นต้น
- 4) ทักษะในการปรับใช้เนื้อหาข้อมูลที่ได้รับจากสื่อใหม่ (Appropriation) เป็นความสามารถในการผสมผสานและปรับใช้เนื้อหาข้อมูลที่ได้รับจากสื่อใหม่ เพื่อสร้างเนื้อหาของตนเอง เช่น การแชร์ link ของเฟซบุ๊กไปยังไลน์ หรือการนำรูปภาพในไลน์ไปโพสต์ในเฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 5) ทักษะการทำงานหลายๆอย่างพร้อมกันบนสื่อใหม่ (Multitasking) เป็นความสามารถในการทำงานหลายๆอย่างพร้อมกัน เช่น การเปิดเว็บเพจหลายเว็บเพจพร้อมกัน หรือการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น
- 6) ทักษะในการปฏิสัมพันธ์อย่างมีความหมายด้วยเครื่องมือต่างๆของสื่อใหม่ (Distribution cognition) เป็นความสามารถในการปฏิสัมพันธ์อย่างมีความหมายด้วยเครื่องมือต่างๆของเฟซบุ๊กและไลน์ เช่น การแสวงหาข้อมูล เป็นต้น
- 7) ทักษะการดึงความรู้หรือข้อมูลมาใช้ (Collective Intelligence) เป็นความสามารถในการดึงความรู้หรือข้อมูลจากเฟซบุ๊กและไลน์มาใช้ตอบสนองเป้าหมายต่างๆ เช่น การติดต่อเพื่อนทางเฟซบุ๊กหรือไลน์เพื่อหาคำตอบในเรื่องบางเรื่อง หรือการขอความช่วยเหลือจากเพื่อนในเฟซบุ๊กหรือไลน์ เป็นต้น
- 8) ทักษะประเมินและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความมั่นใจที่มีต่อแหล่งข้อมูล (Judgement) เป็นความสามารถที่จะประเมินและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความมั่นใจที่มีต่อแหล่งข้อมูล เช่น ความสามารถในการจำแนกความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 9) ทักษะติดตามการไหลของเนื้อหาและข้อมูลข้ามช่องทางสื่อต่างๆ (Transmedia navigation) ความสามารถที่จะติดตามการไหลของเนื้อหาและข้อมูลข้ามช่องทางสื่อต่างๆ เช่น การค้นข้อมูลสืบเนื่องจากประเด็นทางเฟซบุ๊กที่เพื่อนแชร์มา หรือการกด Like กลุ่มละครเกาหลีทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 10) ทักษะการสร้างเครือข่าย ความสามารถที่จะค้นหา สังเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูล (Networking) การสร้างเครือข่าย สร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นๆ เช่น การแชร์ link ข่าว หรือข้อมูลทางเฟซบุ๊ก หรือ ไลน์

- 11) ทักษะการต่อรองการแลกเปลี่ยนข้อมูล และยอมรับทำความเข้าใจกับคนจากต่างวัฒนธรรม (Negotiation) ความสามารถที่จะมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และยอมรับทำความเข้าใจกับคนจากต่างกลุ่ม
- 12) ทักษะการคิดทำความเข้าใจสิ่งต่างๆ เป็นภาพหรือการสร้างมโนภาพ (Visualization) เป็นความสามารถในการคิดและสร้างมโนภาพ

งานวิจัยของ Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice. (2006) เสนอข้อแตกต่างที่สำคัญที่สุดจากกรอบแนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อแบบเดิม โดยมองว่าผู้ใช้สื่อมีลักษณะ active นั่นคือไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสาร หรือผู้บริโภคสารเท่านั้น แต่ผู้ใช้สื่อสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างสรรค์ด้วย ในงานวิจัยเรื่อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดีย และไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดเรื่องทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของ Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton and Alice. มาพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

ใช้การวิจัยแบบผสมวิธี ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ สองประเภทคือเฟซบุ๊ก และไลน์ และใช้แนวคิดการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่จากความสามารถของผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ใน 12 ด้านซึ่งพัฒนาโดย Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K. and Alice J. R. (2006) เป็นกรอบในการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

- ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ที่อยู่ในระบบการศึกษาในปีการศึกษา 2559 จำนวน 450 คน

- กลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกแบบเจาะจงโดยศึกษาจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ที่เข้ารับการอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ก่อนสำเร็จการศึกษาทุกคนในปีการศึกษา 2559 จำนวน 178 คน โดยถือเป็นตัวแทนของนักศึกษานิติศาสตร์ ทั้ง 6 กลุ่มวิชา ได้แก่ กลุ่มสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาเป็นบัณฑิตของสาขาวิชานิติศาสตร์

การวิจัยเชิงคุณภาพ

- เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากนักศึกษาที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ในภาคการศึกษาที่ 1/2559 และภาคการศึกษาที่ 2/2559 โดยเป็นตัวแทนกลุ่มวิชา 6 กลุ่มวิชา ได้แก่ กลุ่มสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การประชาสัมพันธ์ และ การโฆษณา จำนวนกลุ่มละ 2 คน ซึ่งการอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์แต่ละครั้งมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 12 คน รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักที่เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งสิ้น 24 คน

- ใช้วิธีการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 2 ครั้ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีเครื่องมือที่ใช้จำนวน 2 ชุด ได้แก่

1) แบบสอบถาม กำหนดข้อมูลในแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์

- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ ซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยของ Jenkins (2006) และ Literat (2014) โดยการวัดระดับการรู้เท่าทันดังกล่าวเป็นการออกแบบคำถามเพื่อวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ชุดของคำถามทั้งหมด 48 ข้อ เพื่อวัดทักษะในการใช้สื่อใหม่ 12 ทักษะ

2) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้สัมภาษณ์นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ ในภาคการศึกษาที่ 1/2559 และภาคการศึกษาที่ 2/2559 รวมจำนวน 24 คน

กำหนดประเด็นสนทนากับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็น 3 ประเด็นใหญ่ ได้แก่ การประเมินพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์ การประเมินความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนผ่านเฟซบุ๊ก และไลน์ และการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดระบบที่ปรึกษาทางวิชาการและบริการตอบคำถามผ่านเฟซบุ๊ก และไลน์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือการวิจัยได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์: IOC) หลังจากนั้นได้ปรับปรุงแก้ไขตาม

ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองเก็บข้อมูลกับผู้ที่มิมีลักษณะตรงกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจำนวน 30 คน จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามในส่วนของการวัดระดับทักษะความรู้เท่าทันสื่อ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.825

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ผู้วิจัยกำหนดแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ ในภาคการศึกษาที่ 1/2559 และภาคการศึกษาที่ 2/2559 รวมจำนวน 178 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

- ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (focus group interview) นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เข้าอบรมชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ ในภาคการศึกษาที่ 1/2559 และภาคการศึกษาที่ 2/2559 รวมจำนวน 24 คน

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติอ้างอิง ได้แก่ ค่าสถิติ Chi-square

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ความต้องการ ความคิดเห็น และการให้เหตุผลในการเลือกของนักศึกษาเพื่อนำมาสังเคราะห์ จัดกลุ่มเนื้อหาและสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสรุปและอภิปรายผลได้ตามลำดับวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์

ผลสำรวจพบว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยจำแนกเป็นทักษะด้านต่างๆ ดังนี้ (เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย) ทักษะที่ทดสอบทั้งหมดมี 12 ทักษะ เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายทักษะดังแสดงในตารางที่ 1 พบว่า

1.1 กลุ่มตัวอย่างมีทักษะในระดับมาก มี 10 ทักษะ โดยทักษะที่อยู่ในระดับมากสามลำดับแรก ได้แก่ ทักษะการทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ทักษะการติดตามการไหลของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.31) และทักษะการประเมินตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ซึ่งทักษะทั้งสามลำดับนี้ได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาวิชานิเทศศาสตร์และสอดคล้องกับประกาศมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เรื่อง คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ ในเรื่อง ทักษะการตัดสินใจ และแก้ปัญหา สามารถใช้เทคโนโลยีในการศึกษาด้วยตนเอง ก้าวทันเทคโนโลยี (หลักสูตรการศึกษาด้านสาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2562)

1.2 ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับปานกลาง ได้แก่ ทักษะการจำลองเหตุการณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

1.4 ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับน้อย ได้แก่ ทักษะการปรับใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.27)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวัดระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่

การรู้เท่าทัน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. การทดลองใช้ (Play)	4.36	0.51	มาก
2. การใช้เครื่องมือในการสร้างตัวตน (Performance)	3.96	0.58	มาก
3. การจำลองเหตุการณ์ (Simulation)	3.13	0.79	ปานกลาง
4. การปรับใช้ (Appropriation)	2.27	0.81	น้อย
5. การมีปฏิสัมพันธ์ (Distribution cognition)	3.95	0.53	มาก
6. การทำงานหลายอย่างพร้อมกัน(Multitasking)	3.74	0.81	มาก
7. การดึงข้อมูลมาใช้ (Collective Intelligence)	4.13	0.57	มาก
8. การประเมินตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Judgement)	4.17	0.52	มาก
9. การติดตามการไหลของข้อมูล(Transmedia navigator)	4.31	0.50	มาก
10.การสร้างเครือข่าย (Networking)	4.14	0.66	มาก
11. การต่อรองการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Negotiation)	4.15	0.65	มาก
12. การสร้างมโนภาพ (Visualization)	3.98	0.57	มาก
ระดับการรู้เท่าทันโดยรวม	3.86	0.36	มาก

ทั้งนี้ รายละเอียดเกี่ยวกับทักษะในการใช้สื่อใหม่แต่ละทักษะของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

1) **ทักษะการทดลองใช้ (Play)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.36) เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหา การทดลอง เมื่อพิจารณารายละเอียดในเชิงของความสามารถในทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ในแต่ละทักษะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความสามารถในการแก้ไขปัญหา การหาวิธีจัดการด้วยตนเอง และการทดลองใช้สื่อใหม่ได้

ทั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะในการทดลองใช้หรือทดลองฟังค์ชั่น เครื่องมือต่างๆ ในคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กหรือมือถือสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) และหากประสบปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์หรือมือถือ กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการทดลองใช้โปรแกรม เครื่องมือต่างๆ แก้ไขปัญหาในคอมพิวเตอร์ มือถือหรือแท็บเล็ตได้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41)

2) **ทักษะการติดตามการไหลของข้อมูล (Transmedia navigator)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.31) เป็นทักษะการติดตามข้อมูลจากสื่อหลายๆสื่อ อย่างเช่น ผู้ชมที่ชมซีรีส์ทาง Netflix อาจจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับซีรีส์ดังกล่าวทางเว็บไซต์ออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งในสภาวะการณ์ของสื่อในปัจจุบันผู้รับสารสามารถติดตามสารได้จากหลายช่องทางพร้อมกันเช่น โทรศัพท์มือถือ หนังสือ นิตยสาร หรือผ่านแอปพลิเคชันทางมือถือ เป็นต้น

ทั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสามารถที่โดดเด่นในแง่ของการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งที่สนใจจากหลายๆช่องทางการสื่อสารประกอบกัน (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีความสามารถค้นหาและตรวจสอบข้อมูลโดยเชื่อมโยงระหว่างช่องทางสื่อแบบเดิม (เช่น โทรศัพท์ วิทยุ) กับสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตหลายสื่อผสมกันในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ

3) **ทักษะการประเมินตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Judgement)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.17) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการค้นคว้าและตรวจสอบข้อมูลจากช่องทางการสื่อสารหลายๆแหล่งในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) รวมทั้งสามารถเลือกใช้คำสำคัญในการค้นข้อมูลทางกูเกิ้ลได้ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53)

4) **ทักษะการต่อรอง การแลกเปลี่ยนข้อมูล (Negotiation)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.15) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นประโยชน์และพึงพอใจที่สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ (4.39) รวมถึงช่วยให้เกิดการเรียนรู้ความแตกต่างของคนจากสื่ออินเทอร์เน็ตได้ (4.37)

5) **ทักษะการสร้างเครือข่าย (Networking)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.14) พบว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบที่สามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อติดต่อกับเพื่อนได้ในระดับมากที่สุด (4.42) รวมถึงการใช้ประโยชน์จากการอ่านข้อคิดเห็นต่อสินค้าและบริการของผู้อื่นซึ่งนำมาแชร์ออนไลน์ (4.30)

6) **ทักษะการดึงข้อมูลมาใช้ (Collective Intelligence)** (ค่าเฉลี่ยรวม 4.13) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการค้นหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลมาใช้แก้ไขปัญหาได้ในระดับมากที่สุด (4.65)

7) **ทักษะการสร้างมโนภาพ (Visualization)** (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการใช้กูเกิ้ลแม๊ป กูเกิ้ลเอิร์ธเป็นเครื่องมือในระดับมากที่สุด (4.33) อีกทั้งยังมีความชื่นชอบเฟซบุ๊กและไลน์ในแง่ที่ว่าโปรแกรมดังกล่าวเอื้อให้ผู้เห็นรูปภาพของเพื่อนๆ ได้ (4.20)

8) **ทักษะการใช้เครื่องมือในการสร้างตัวตน (Performance)** (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าการชักชวนเพื่อเผชิญหน้ากับเหตุการณ์รุนแรงทางธรรมชาติและอุบัติเหตุต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็น (4.41)

9) **ทักษะการมีปฏิสัมพันธ์ (Distribution cognition)** (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าสภาพแวดล้อมมีส่วนสำคัญที่ทำให้สมองพัฒนา (ค่าเฉลี่ย 4.40) อีกทั้งยังเห็นว่าการใช้เครื่องมือต่างๆ ในคอมพิวเตอร์หรือมือถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การเรียนรู้ได้ดีขึ้นในระดับมาก (4.16)

10) **ทักษะการทำงานหลายอย่างพร้อมกัน (Multitasking)** (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74) ในแง่ของทักษะการทำงานหลายอย่างพร้อมกันนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการทำกิจกรรมหลายอย่างพร้อมกัน (3.94) อีกทั้งตัวเองก็ชอบเปิดโปรแกรมและเครื่องมือหลายอย่างพร้อมกันบนคอมพิวเตอร์ (3.86) และตนเองสามารถตัดสิ่งรบกวนขณะทำงานได้ (3.47)

ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับปานกลาง ได้แก่

ทักษะการจำลองเหตุการณ์ (Simulation) (ค่าเฉลี่ยรวม 3.13) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากว่านักแสดงเรียนรู้จากบทบาทในละคร (3.89) และกลุ่มตัวอย่างยอมรับในระดับปานกลางว่าตนสร้างประวัติส่วนตัวออนไลน์หลายชุด (3.02) อีกทั้งเห็นด้วยว่าตัวตนในสื่อออนไลน์แตกต่างจากตัวตนในชีวิตจริง (2.87) รวมถึงเห็นด้วยว่าบางสถานการณ์ในสื่อออนไลน์ตนต้องแสดงตัวตนเป็นคนอื่น (2.77)

ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับน้อย ได้แก่

ทักษะการปรับใช้ (Appropriation) (ค่าเฉลี่ยรวม 2.27) เป็นทักษะการใช้สื่อใหม่ ซึ่งวัดจากความสามารถในการหยิบยกเนื้อหาที่มีการแชร์ทางอินเทอร์เน็ตมาปรับเปลี่ยนดัดแปลง เพื่อให้ตอบสนองวัตถุประสงค์ของตน เช่น การนำภาพหรือวิดีโอที่ผู้อื่นแชร์ไว้มาตกแต่งใหม่หรือใช้เพื่อผลิตวิดีโอใหม่ หรือการเขียนเรื่องสั้น นวนิยาย หรือวิดีโอโดยนำเค้าโครงมาจากเนื้อหาที่ผู้อื่นแชร์ไว้ เป็นต้น

จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการใช้สื่อใหม่ในระดับมากถึง 10 ทักษะจากทักษะทั้งหมด 12 ทักษะ ดังนั้น จึงส่งผลให้ค่าเฉลี่ยของระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ผลการวิจัยในประเด็นทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่งนี้มีความสอดคล้องเป็นบางส่วนกับผลวิจัยของ Ahn (2013) ซึ่งศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ผ่านการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาของอเมริกา โดย Ahn พบว่า จากทักษะการรู้เท่าทันสื่อใหม่ทั้ง 12 ทักษะ ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับมาก 4 ทักษะแรก ได้แก่ ทักษะการต่อรองแลกเปลี่ยนข้อมูล ทักษะการสร้างเครือข่าย ทักษะการปรับใช้ ทักษะการติดตามการไหลของข้อมูล จากการเปรียบเทียบงานวิจัยทั้งสองงานพบว่าทักษะที่สอดคล้องกันมี 3

ทักษะ ได้แก่ ทักษะการต่อรองแลกเปลี่ยนข้อมูล ทักษะการติดตามการไหลของข้อมูล และทักษะการสร้างเครือข่าย ในส่วนของทักษะการปรับใช้นั้นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้มีทักษะด้านนี้ในระดับน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทักษะด้านอื่นๆ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างยังไม่มั่นใจว่าเนื้อหาออนไลน์ประเภทใดที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ ดังแสดงให้เห็นในองค์ประกอบของทักษะดังกล่าว โดยกลุ่มตัวอย่างนำภาพหรือวิดีโอที่คนอื่นแชร์เป็นสาธารณะมาใช้ในระดับน้อยที่สุด รวมทั้งผลิตเนื้อหาใหม่ๆ ขึ้นโดยหยิบยกเค้าโครงมาจากสื่ออื่นๆ ในระดับน้อย อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะระมัดระวังในการนำเนื้อหาออนไลน์ไปใช้ โดยกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยกับการหยิบเนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งของผู้อื่นมาใช้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์

เมื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) มากกว่าการดูโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) หรือฟังวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.52) แสดงให้เห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่พบว่าในปีพ.ศ. 2562 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยใช้เฉลี่ยมากถึง 10 ชั่วโมง 22 นาที เพิ่มขึ้นกว่าปีพ.ศ.2561 ถึง 17 นาที และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของคนไทยดังสะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากกว่าสื่อมวลชนแบบเดิม

กลุ่มตัวอย่างระบุวัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตว่าใช้เพื่อฆ่าเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.69) ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงานหรือการเรียนในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเล่นเกมสันทนาการในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) สอดคล้องเป็นบางส่วนกับผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ากิจกรรมที่เป็นที่นิยมสูงสุด 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามในระยะเวลา 7 ปีตั้งแต่ปีพ.ศ.2555- 2562 คือ ใช้สื่อสังคมออนไลน์, ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ และค้นหาข้อมูลออนไลน์ อย่างไรก็ตามผลวิจัยนี้ในส่วนของกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อฆ่าเวลานั้น เป็นกิจกรรมที่ค่อนข้างกว้างซึ่งหมายถึงรวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การดูหนังฟังเพลงออนไลน์ตามผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วย ส่วนกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงานหรือเรียนซึ่งกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ใช้ในระดับมากที่สุดนั้นแตกต่างกับผลการวิจัยของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ อาจเป็นไปได้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเป็นตัวแทนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะที่ยังต้องศึกษาเล่าเรียน ย่อมต้องใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียน แต่กลุ่มตัวอย่างของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นบุคคลทั่วไป

ส่วนสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ใช้มากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.83) เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 4.65) และยูทูบ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ในส่วนของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างใช้เครื่องมือต่างๆ ของเฟซบุ๊กอย่างหลากหลาย โดยเครื่องมือ 3 ลำดับแรกของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด ได้แก่ กดไลค์ (ร้อยละ 95.5) โพสต์รูป (ร้อยละ 87.1) และส่งข้อความส่วนตัว (ร้อยละ 83.7) ส่วนไลน์นั้นเครื่องมือ 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด ได้แก่ การแชทพูดคุย (ร้อยละ 97.8) ส่งสติ๊กเกอร์ (ร้อยละ 93.8) และเพิ่มเพื่อน (ร้อยละ 88.8) สอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มากที่สุด 3 ลำดับ คือ ไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูบ

สรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์กับลักษณะประชากร

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาเดิมและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Literat (2014) ซึ่งพบว่าระดับการรู้เท่าทันสื่อ

ใหม่ไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาสุดท้ายของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุต่ำกว่า 35 ปี มากถึงร้อยละ 70 กลุ่มดังกล่าวจัดเป็นกลุ่ม Gen Y ซึ่งกลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ในลักษณะเป็นกิจวัตรประจำวัน มีความคุ้นเคยกับการใช้สื่อใหม่ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุค่อนข้างกระจุกตัวดังกล่าวจึงส่งผลให้อายุไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่

สรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์กับลักษณะประชากร

การศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์นี้ ใช้การศึกษาจากความสัมพันธ์และระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละประเภท ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ลักษณะประชากรด้านอื่น ได้แก่ เพศ วุฒิการศึกษาเดิมและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ในส่วนของพฤติกรรมการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ พบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเฉพาะในด้านระยะเวลาการใช้ไลน์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ลักษณะประชากรด้านอื่น ได้แก่ อายุและวุฒิการศึกษาเดิม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์

สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาที่ใช้ สอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ โดยแต่ละช่วงอายุใช้เฟซบุ๊กเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างและคล้ายคลึงกันใน 3 ลำดับคือ

- Baby Boomer นิยมใช้ Social Media 82.5%, ค้นหาข้อมูลออนไลน์ 69.0% และอ่านหนังสือ/ข่าว/บทความออนไลน์ 67.5%
- Gen X นิยมใช้ Social Media 87.9%, ค้นหาข้อมูลออนไลน์ 72.0% และดูหนัง-ฟังเพลง 69.9%
- Gen Y นิยมใช้ Social Media 93.7%, ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ 73.6% และค้นหาข้อมูลออนไลน์ 72.3%
- Gen Z นิยมใช้ Social Media 87.1%, ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ 69.2% และค้นหาข้อมูลออนไลน์ 54.6%

ขณะที่รายได้และเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์ เหตุผลที่อธิบายพฤติกรรมการใช้ไลน์ของกลุ่มตัวอย่างที่พบว่า “รายได้” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาการใช้ไลน์ ขณะที่ “เพศ” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์เฉพาะในด้านระยะเวลานั้น อาจอธิบายได้ว่า “รายได้” เป็นปัจจัยของการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ได้บ่อยครั้ง รวมถึงยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้ในใช้เวลาบกับสื่อดังกล่าวได้ ผู้มีรายได้สูงกว่าอาจเข้าถึงและใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์ได้บ่อยและมากกว่าผู้มีรายได้น้อย นอกจากนี้อาจมีปัจจัยด้านพาณิชนัย อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำให้เกิดการใช้ไลน์แชทพูดคุยเพื่อซื้อขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นรายได้ของกลุ่มตัวอย่างจึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์

ส่วนผลวิจัยที่พบว่า “เพศ” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์เฉพาะในด้านระยะเวลานั้น อาจสรุปเหตุผลตามข้อมูลทั่วไปที่ชี้ว่า เพศหญิงเป็นกลุ่มหลักที่ใช้ไลน์เพื่อการแชทพูดคุย ส่งสติ๊กเกอร์และสร้างกลุ่มแชทมากที่สุดตามลำดับ ทำให้ระยะเวลาการใช้ไลน์ยาวนานส่งผลให้ลักษณะประชากรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการใช้ไลน์ ส่วนวุฒิการศึกษาเดิม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์แต่อย่างใด ทั้งนี้อาจเป็นผลเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาเดิมใกล้เคียงกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ระดับการรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานของงานวิจัย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Literat (2014) ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อใหม่มาก มีแนวโน้มที่จะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่สูง โดย Literat ได้เจาะจงว่า พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ เนื่องจากการใช้สื่อใหม่ผู้ใช้ต้องมีส่วนร่วมอย่างมาก (active) มากกว่าการใช้สื่อแบบดั้งเดิม

สรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 6 ความต้องการใช้สื่อใหม่เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนนิติศาสตร์ในระบบการศึกษา

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความต้องการใช้สื่อใหม่เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนนิติศาสตร์ในระบบการศึกษา ดังนี้

1. ความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กและไลน์มีน้ำหนักที่แตกต่างกัน กล่าวคือการใช้เฟซบุ๊กสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ ขณะที่การใช้ไลน์ตอบสนองในเชิงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดได้มากกว่า อีกทั้งเป็นเครื่องมือที่สามารถสื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพ และโทรศัพท์ ดังนั้นไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่นักศึกษาเห็นว่าเข้าถึงคู่สื่อสารได้ตรงตัวและรวดเร็วที่สุด

2. การใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในกิจกรรมการเรียนการสอน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นด้วยที่สาขาวิชาฯ ควรใช้เฟซบุ๊กและไลน์เป็นช่องทางในการส่งแบบฝึก การบ้าน ข้อมูลการสอนเสริม ข้อมูล/ กิจกรรมการฝึกอบรมต่างๆ ฯลฯ เนื่องจากเป็นช่องทางที่เข้าถึงตัวนักศึกษาได้รวดเร็ว ไม่ล่าช้า สามารถเปิดดูซ้ำได้ รวมถึงสามารถติดต่อกลับได้ทันที และไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยให้ความเห็นว่าควรใช้ช่องทางไลน์ เนื่องจากแต่ละคนมีพฤติกรรมเปิดใช้ไลน์ทุกวัน

3. การใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในการทำระบบที่ปรึกษาหรือตอบคำถามทางวิชาการ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นด้วยที่สาขาวิชาฯ ควรใช้เฟซบุ๊กและไลน์เป็นช่องทางในการทำระบบที่คำปรึกษาหรือบริการตอบคำถามทางวิชาการ ซึ่งนอกจากจะเป็นการให้คำแนะนำด้านการเรียนแก่นักศึกษาแล้ว ยังทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาได้ โดยให้ความเห็นว่าควรใช้ช่องทางไลน์ เนื่องจากเข้าถึงได้ สะดวก อีกทั้งยังสามารถใช้โทรศัพท์ผ่านไลน์ได้เป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย

ข้อเสนอแนะ

การนำไปพัฒนาการจัดการเรียนการสอน

ผลการวิจัยข้างต้นถือเป็นประเด็นหลักที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาเนื้อหาหรือกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ ดังนี้

1. พัฒนาเอกสารการสอนหัวข้อ “การรู้เท่าทันสื่อ” เนื่องจากประเด็นการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องสำคัญของยุคเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ที่เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาให้แก่นักศึกษาและเยาวชน ดังนั้น สาขาวิชานิติศาสตร์ควรส่งเสริมและพัฒนาเนื้อหาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อในเอกสารการสอนและกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งในเนื้อหาหรือกิจกรรมแทรกในการฝึกปฏิบัติเสริมทักษะชุดวิชาต่างๆ รวมถึงการฝึกอบรมประสบการณ์วิชาชีพนิติศาสตร์ควรเน้นการเพิ่มทักษะการปรับใช้ (Appropriation) ให้นักศึกษามีความสามารถในการหยิบยกเนื้อหาที่มีการแชร์ทางอินเทอร์เน็ตมาปรับเปลี่ยนดัดแปลง

เพื่อให้ตอบสนองวัตถุประสงค์ของตน เช่น การนำภาพหรือวิดีโอที่ผู้อื่นแชร์ไว้มาตกแต่งใหม่หรือใช้เพื่อผลิตวิดีโอใหม่ หรือการเขียนเรื่องสั้น นวนิยาย หรือวิดีโอโดยนำเค้าโครงมาจากเนื้อหาที่ผู้อื่นแชร์ไว้ เป็นต้น ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตสาขาวิชานิติศาสตร์ที่สอดคล้องกับสภาพภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนไป

2. ปรับเพิ่มช่องทางการเรียนการสอนโดยใช้ไลน์และ/หรือเฟซบุ๊ก นอกเหนือจากการใช้สื่อเอกสารการสอนเป็นสื่อหลัก ควรมีการปรับเพิ่มช่องทางการเรียนการสอนที่สามารถเข้าถึงนักศึกษาและสอดคล้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของนักศึกษา ดังนั้น สาขาวิชาฯ ควรปรับเพิ่มช่องทางการเรียนการสอนที่สามารถเข้าถึงตัวผู้เรียนได้ทุกคนโดยใช้ไลน์และเฟซบุ๊ก ซึ่งช่องทางดังกล่าวนี้จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาได้ดีขึ้น เนื่องจากแต่ละฝ่ายต่างมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างต่อเนื่องในกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ เช่น การส่งการบ้าน / กิจกรรมเสริมประจำสัปดาห์ / แบบฝึกปฏิบัติเสริมทักษะ / การอบรมเข้มพิเศษ รวมถึงการตอบข้อซักถามเกี่ยวกับเนื้อหาในสาขาวิชาต่างๆ

นอกจากนี้ การใช้ช่องทางไลน์และ/หรือเฟซบุ๊กในการเรียนการสอน ทำให้สามารถสอดแทรกเนื้อหาความรู้ การให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความรู้ความตระหนักชัดในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อได้เป็นอย่างดี

3. การนำไปพัฒนาการบริการตอบคำถามทางวิชาการ

ผลการวิจัยในเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มในประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการนำสื่อไลน์และ เฟซบุ๊กมาใช้ในการบริการตอบคำถามทางวิชาการนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในเชิงองค์รวมดังนี้

3.1 การพัฒนาระบบการให้คำปรึกษาทางวิชาการผ่านไลน์และ/หรือเฟซบุ๊ก โดยระบบการให้คำปรึกษาควรมีองค์ประกอบของการให้คำปรึกษาที่ถูกต้อง สร้างความใกล้ชิดผูกพันระหว่างสาขาวิชากับนักศึกษา เป็นปัจจัยสนับสนุนให้นักศึกษามีกำลังใจในการเรียน และทำให้นักศึกษาสำเร็จการศึกษาตามเป้าหมาย ดังนั้น ระบบการให้คำปรึกษาจะต้องให้ความสำคัญกับบุคคลที่จะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ซึ่งสาขาวิชาอาจกำหนดนโยบายโดยการจัดระบบอาจารย์ที่ปรึกษาอันเป็นแนวทางที่ใช้กันทั่วไปและสอดคล้องกับองค์ประกอบที่กล่าวมา ฉะนั้น รูปแบบการให้คำปรึกษาในแนวทางของการเป็นมหาวิทยาลัยเปิดและมีการเรียนการสอนในระบบทางไกล จำเป็นต้องใช้ช่องทางที่สามารถเข้าถึงนักศึกษาได้อย่างทั่วถึงดังเช่นไลน์และเฟซบุ๊กตามข้อสรุปจากงานวิจัย

3.2 การแจ้งข่าวสาร กิจกรรมการเรียนการสอนผ่านไลน์และ/หรือเฟซบุ๊ก สาขาวิชาควรใช้ช่องทางไลน์และ/หรือเฟซบุ๊กในการแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ เช่น กำหนดการลงทะเบียน การสอนเสริม การฝึกปฏิบัติเสริมทักษะ การสอบ หรือกิจกรรมอื่นๆ เนื่องจากช่องทางดังกล่าวสามารถเข้าถึงนักศึกษาได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว รวมทั้งเป็นช่องทางที่ตอบสนองสัณฐานของนักศึกษาได้โดยตรง ทำให้เกิดความสะดวกในการจัดบริการตอบคำถามเกี่ยวกับข่าวสารหรือกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ รวมถึงสามารถแก้ปัญหาที่นักศึกษาต้องการได้ ซึ่งจะทำให้สาขาวิชาที่มีกระบวนการบริหารจัดการและวางแผนให้บริการตอบคำถามได้ตรงตามความต้องการของนักศึกษา

3.3 การให้ความรู้และข้อคิดเห็นในประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ เป็นการสร้างโอกาสและช่องทางให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นเรื่องการรู้เท่าทันสื่อตามวาระที่เป็นประเด็นในสังคม อันถือเป็นการพัฒนาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อที่ถูกต้องชัดเจน ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันด้านการเปิดรับและการรู้จักกรองข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประเด็นในโลกโซเชียล ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นข้อมูลหรือแนวปฏิบัติที่ไม่ถูกต้อง ทำให้ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวลือ ข้อมูลลวง หรือการปฏิบัติที่ผิดๆ อันเป็นโทษภัยทั้งต่อตนเองและสังคมส่วนรวม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่อง “ระดับการรู้เท่าทันสื่อใหม่และพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ” เป็นการวิจัยที่มุ่งวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์ เนื่องจากเป็นองค์ประกอบสำคัญของนักนิติศาสตร์ อีกทั้งเพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงระบบการเรียนการสอน

สอนโดยการแทรกเนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อให้มากขึ้น รวมถึงการบริหารหลักสูตรภายใต้ระบบที่ปรึกษาทางวิชาการ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊กและไลน์ เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเป็นช่องทางตรวจวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาได้

ดังนั้น แนวทางที่เหมาะสมในการช่วยตรวจสอบและติดตามผลในเรื่องดังกล่าวได้ดี จำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยในประเด็นต่างๆเพิ่มมากขึ้น เช่น การศึกษาแนวทางการพัฒนาคู่มือ เอกสารตลอดจนวิธีการจัดการเรียนการสอนในระบบทางไกลเพื่อเพิ่มทักษะความรู้เท่าทันสื่อใหม่ในแต่ละด้าน เพื่อให้นักศึกษามีทักษะความรู้เท่าทันสื่อใหม่ให้อยู่ในระดับมากที่สุด การศึกษาเปรียบเทียบในการนำสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ มาใช้ในกระบวนการจัดการเรียนการสอน และการให้บริการด้านการศึกษแก่นักศึกษาในระบบการศึกษาทางไกล ตลอดจนแนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางในการให้ความรู้และเพิ่มทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อใหม่ให้กับนักศึกษาในยุคปัจจุบันซึ่งกว่าร้อยละ 90 มีโทรศัพท์มือถือส่วนตัวที่พร้อมจะสื่อสารตลอดเวลา

บรรณานุกรม

- นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์. (2558). การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 9(3), 209-219.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2554). การรู้เท่าทันสื่อ: การก้าวทันบนโลกข่าวสาร. *วารสารนักบริหาร*, 31(1), 117-123.
- มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย. (2559). *รู้เท่าทันสื่อ ICT*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2562). *หลักสูตรการศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ ปีการศึกษา 2562*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2558). *ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 58 เจาะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตามเจเนอเรชั่นแบบถึงถิ่น*. สืบค้นเมื่อ 20 ต.ค.2562, จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2015.html>
- Ahn, J. (2013). What Can We Learn from Facebook Activity? Using Social Learning Analytics to Observe New Media Literacy Skills. *Proceedings of the Third International Conference on Learning Analytics and Knowledge* (pp.135-144). Leuven Belgium.
- Jenkins, H. & Purushotma, R. & Weigel, M. & Clinton, K. and Alice J. R. (2006). *Confronting the Challenges of a Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. Retrieved from http://mitpress.mit.edu/books/full_pdfs/Confronting_the_Challenges.pdf
- Literat, I. (2014). Measuring New Media Literacies: Towards the development of a comprehensive assessment Tool. *Journal of Media Literacy Education*, 6(1), 15-27.
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2007). Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide. *New media & society*, 9(4), 671-696.

Received: 01-02-2021

Revised: 13-04-2021

Accepted: 11-05-2021

การสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลักและแนวปฏิบัติด้านการสื่อสาร
แบรนด์ในยุคดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีตัวอย่าง อำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น
Destination Branding Strategy for Less Visited Area in Major Tourism City and
Practical Guidelines of Brand Communication in Digital Era for Tourism
Promotion: A Case Study of the Phu Pha Man District,
Khon Khan Province

สุรางคณา ณ นคร¹

Surangkana na Nakorn

kunkruday@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์อำเภอภูผาม่าน ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวรอง ในเมืองหลักคือ จังหวัดขอนแก่น และนำเสนอแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติแบบลงมือทำ ผสมผสานการวิจัยคุณภาพ 4 ขั้นตอน คือ ขั้นวางแผน ขั้นลงมือปฏิบัติ ขั้นสังเกตการณ์ และขั้นสะท้อนผล มีคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน เป็นผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและกระบวนการสะท้อนกลับ ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

1. กลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่าน ประกอบด้วย 1) ขอบข่ายบริบทความเป็นภูผาม่าน คือ “พื้นที่ท่องเที่ยววิถีธรรมชาติ” 2) ความมุ่งมั่นตั้งใจของแบรนด์ “เป็นแรงบันดาลใจให้ชุมชน รักในถิ่นฐานบ้านเกิด ตระหนัก ห่วงแทน เห็นคุณค่าและความสำคัญของธรรมชาติอันยิ่งใหญ่ของภูผาม่าน” 3) จุดยืนของแบรนด์ คือ “ที่ ที่ต้องตั้งใจมา” 4) คุณสมบัติของแบรนด์ คือ ความงดงาม มหัศจรรย์และยิ่งใหญ่ของธรรมชาติเปรียบดังสวรรค์ “ตั้งใจสร้าง” ชุมชนมีเรื่องเล่า “ที่ตั้งใจเล่า” ใครเล่าก็ไม่เหมือนชุมชนเล่า และชุมชนเปิดใจรับผู้ตั้งใจมาเยือน “อย่างสุดความตั้งใจ” 5) คุณค่าคำสัญญาของแบรนด์ คือ “ที่สุดของความตั้งใจ: สืบสาน ส่งต่อคุณค่า เคารพรักษัธรรมชาติ เพื่อชุมชนดำรงอยู่กับธรรมชาติอย่างยั่งยืน” และ 6) เอกลักษณ์ของแบรนด์ ใช้ชื่ออำเภอและเทือกเขาภูผาม่านเป็นชื่อแบรนด์ ออกแบบโลโก้แบบมินิมอล เรียบง่าย รายละเอียดน้อย แต่ดูยิ่งใหญ่ พื้นหลังใช้สีเอิร์ธโทนน้ำตาลส้ม เป็นเฉดสีที่พบเห็นได้จากธรรมชาติให้ความรู้สึกสบายตา อักษรตัวหนาสื่อถึงชุมชนเข้มแข็ง นำภาพเทือกเขาภูผาม่าน และฝูงค้างคาวบินเป็นองค์ประกอบหลัก สื่อถึงความสมบูรณ์และวิถีธรรมชาติ อันเป็นเอกลักษณ์แห่งเดียวในจังหวัดขอนแก่นและลุ่มกรอบสี่ขาว

¹ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

2. แนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ มี 2 บริบท ได้แก่ 2.1 การสื่อสารภายใน มี 3 แนวทางคือ 1) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อแบรนด์ผู้ผ่านเข้ามาแก่คนในพื้นที่ โดยผู้นำชุมชนควรมีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร 2) การสื่อสารเพื่อส่งเสริมสนับสนุนคนท้องถิ่นให้เป็นตัวแทนของแบรนด์ และ 3) การสื่อสารผ่านกระบวนการทางธุรกิจของแบรนด์ โดยสร้าง “พื้นที่ร่วม” ภายใต้การบริหารจัดการประโยชน์ร่วมเชิงธุรกิจและประโยชน์สุขร่วมกัน และ 2.2 การสื่อสารภายนอก มี 2 แนวทาง คือ 1) หากกลุ่มเป้าหมายตัวจริง และ 2) ใช้ “เรื่องเล่า” มา “เล่าเรื่อง” ผ่านพื้นที่สื่อสมัยใหม่

คำสำคัญ: การสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์, การสื่อสารแบรนด์ และพื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก

Abstract

This study had objectives of 1) devising a branding strategy for Phu Pha Man district which is a less-visited destination in a major city of Khon Kaen province and 2) proposing practical guidelines on brand communication in a digital era to promote tourism. The study was conducted based on the practical action research approach and a qualitative research with a steering working group on Phu Pha Man and community tourism development committee taking part in the reflection process and use of The Deming Cycle model: PDCA for work direction. Summary of study findings is as follows:

1. Phu Pha Man Brand Model comprises 1) brand description as “a destination for nature travel”; 2) brand passion as “a source of inspiration for the community to love their birthplace, recognize and cherish a mighty nature of Phu Pha Man; 3) brand positioning as “a must-intend-to-visit attraction”; 4) brand attributes as “a great natural wonder created by Heaven, a great wonderful story of community by a great wonderful storyteller of the community, and a warmest welcome extended to intent visitors”; 5) brand promise as “the best of intentions to keep, extend the value of and respect for the nature to ensure sustainable living in harmony with nature”; and 6) brand identity as “the brand named after the name of district and mountain with a logo in a minimal and simple but powerful design, using a naturally inspired shade of orange brown on an earth tone-colored background. The logo, within a white frame, features the images of Phu Pha Man Mountain Range and a flight of bats to represent the richness and ways of nature, while the letters in bold type reflects the strength of the community, where that they make the place very unique in Khon Kaen province.

2. Practical guidelines on brand communication are divided into 2 categories as below 2.1 practical guidelines on internal communication including 1) raising awareness of Phu Pha Man brand among people in the community by the community leaders; 2) communication to promote locals as a brand representative; and 3) communication through the brand business process by creating a “joint area” under the management for mutual benefit in terms of business and happiness. 2.2 Practical guidelines on external communication including 1) finding a real target group; and 2) apply storytelling via new media.

Keywords: Destination Branding Strategy, Brand Communication, Less Visited Area in Major Tourism City

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนับตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา ยังเป็นอุตสาหกรรมเติบโตอย่างต่อเนื่อง สร้างจีดีพีให้ประเทศได้กว่า 20% รัฐบาลจึงได้กำหนดนโยบายให้ความสำคัญพิเศษในเรื่องปรับปรุงดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเป็นเครื่องมือในการลดการเหลื่อมล้ำ การทำให้เกิดการพัฒนาทางกายภาพที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืน สะดวก ปลอดภัย ได้เอกลักษณ์ โดยเน้นการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น (TAT Review, 2561)

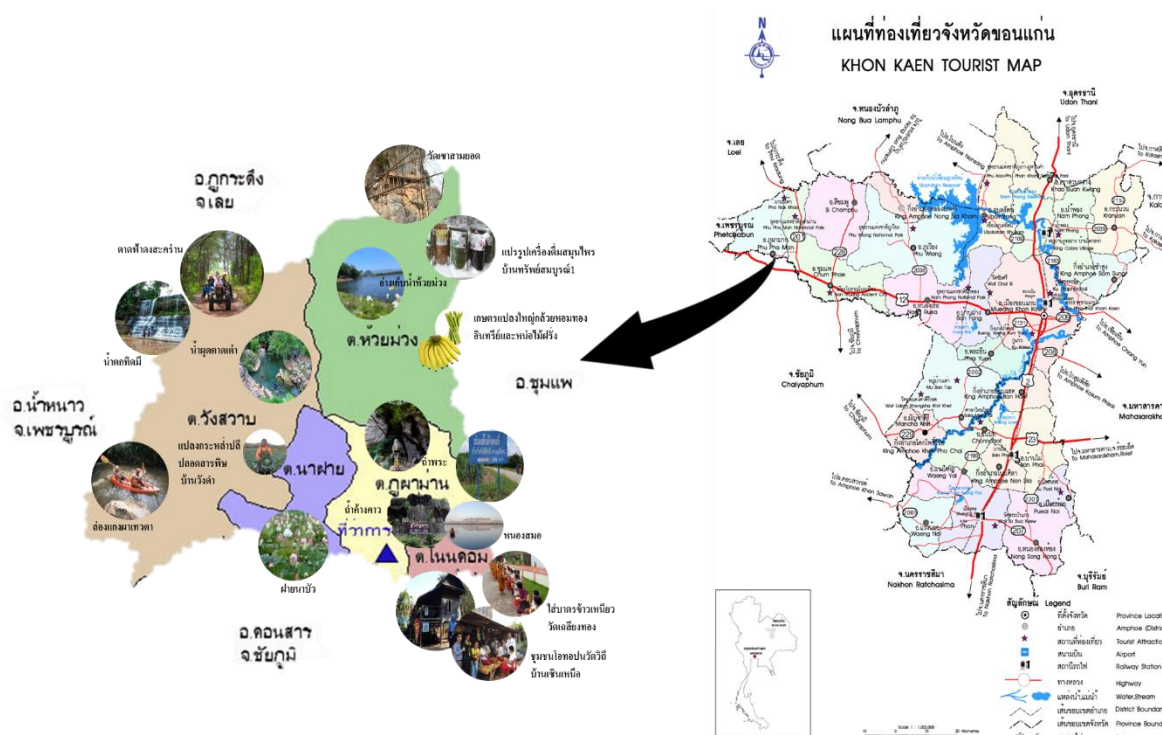
ปี 2562 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังคงนำแนวนโยบายดังกล่าวลงสู่การปฏิบัติ หนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญคือ ‘Go Creative’ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและพื้นที่รองในเมืองหลัก จุดกระแสให้คนไทยท่องเที่ยวแบบเท่ๆ ตามแคมเปญ “Amazing ไทยเท่” (ประชาชาติธุรกิจ ออนไลน์, 2561) ที่ต้องการนำเสนอภาพลักษณ์วิถีไทยเท่ ในมิติร่วมสมัย สร้างให้เกิดการรับรู้และมุมมองใหม่ต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเมืองรองอันจะก่อให้เกิดความรักและความภูมิใจ ในความเป็นไทยนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายต่างๆ เกิดการเดินทางจริง เพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนในประเทศ พร้อมปรับสัดส่วนนักท่องเที่ยวระหว่างเมืองหลักและเมืองรองให้สมดุล เน้นการสร้างงานให้กับชุมชนผ่านการใช้ทรัพยากรพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผสมกับการต่อยอดเรื่องราว ผ่านทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า (กรุงเทพธุรกิจ ออนไลน์, 2561) อย่างไรก็ตาม โจทย์ใหญ่ข้อหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยยังไม่สุดทางคือ การนำทั้งคนไทยและหรือต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวลงไปถึงความเป็นชุมชนท้องถิ่นไทย อันเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Tourist Destination) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ที่ที่คนยังรู้จักน้อยหรือเข้าถึงของจังหวัดต่างๆ ในประเทศมีหลายพื้นที่ ซึ่งในงานวิจัยนี้ เรียกว่า “พื้นที่รอง” นั้น มีศักยภาพเพียงพอที่จะสามารถดึงดูดความสนใจและชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมชม ประเด็นดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรได้นำแนวคิดเรื่องการสร้างแบรนด์สถานที่ท่องเที่ยว (Destination Branding) ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวคิดสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวมาสร้างแบรนด์ให้พื้นที่ท่องเที่ยวรองอย่างเหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น ก็จะส่งผลให้เกิดกรอบการทำงานร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่และทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่ชัดเจนขึ้น รวมถึงแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชนเจ้าของพื้นที่ได้ในท้ายที่สุด ดังเช่นการสร้างแบรนด์ภูมามานที่ปรากฏในงานวิจัยนี้

“ภูมามาน” คือ ชื่ออำเภอและเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวรอง ซ่อนตัวอย่างเงียบๆ อยู่ในเมืองหลักคือ จังหวัดขอนแก่น มีพื้นที่อำเภออื่นล้อมรอบ ได้แก่ อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย และอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น “คนส่วนใหญ่มักจะใช้เป็นเส้นทางสัญจรผ่านอำเภอ เพื่อเดินทางผ่านไปจังหวัดเลย เพชรบูรณ์ หรือไม่กี่ขึ้นเหนือ แทบจะไม่เคยเข้ามาอำเภอภูมามานเลย ผมคิดว่า น้อยคนนักจะรู้จัก” (แสนลาภ เลอยุคต์, สัมภาษณ์, 7 กรกฎาคม 2561) โดยลักษณะทางกายภาพของพื้นที่แล้ว อำเภอภูมามานเป็นเมืองที่ได้เปรียบอำเภออื่นๆ ในจังหวัดขอนแก่น เพราะเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีเพียงหนึ่งเดียว เช่น ถ้ำค้างคาว น้ำตกตาดใหญ่ ถ้ำพระ ผาน้ำทิพย์ ถ้ำภูตาคลอ และอุทยานแห่งชาติภูมามาน ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวด้านการเกษตรปลอดสารพิษ ผสมผสานกับวิถีแห่งประเพณีวัฒนธรรมไทย เช่น ประเพณีตรุษไท การใส่บาตรข้าวเหนียว อาหารพื้นบ้าน การแต่งกาย และภาษาพื้นถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น สำหรับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน ริเริ่มโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับอำเภอ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน พ.ศ. 2559 -2563 และแต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน มีการติดตามแนวทางของแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอ เช่น พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว จัดทริป (Trip) ท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม จัดกิจกรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น พัฒนาสินค้า พืชผัก สินค้าโอท็อป ที่พักและการบริการ เพื่อให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมถึงพัฒนาปรับปรุงช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ อีเมล เพจ แผ่นพับและป้ายบอกทาง เป็นต้น ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้ชุมชน ภาคประชาชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ตามความพร้อมและเหมาะสมแก่สภาพของตน เพื่อยกระดับและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวลงสู่ชุมชน เช่น กิจกรรมล่องแก่งผาเทวดา บ้านเขาวง ด.วังสวาบ เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเองโดยคนในพื้นที่ การปรับปรุงร้านอาหาร บ้านให้เป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ และทำฟาร์มสเตย์ รีสอร์ท (ชินกร แก่นคง, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2562) เป็นต้น

อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ จากการพูดคุยกับชุมชนคนในท้องถิ่นและประเมินสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์ SWOT พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ตามแผนยุทธศาสตร์ฯ นั้น มุ่งเน้นและให้ความสำคัญที่การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะเป็นจุดดึงดูด ส่วนใหญ่ชาวบ้านและชุมชนทำในลักษณะต่างคนต่างทำขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว การจัดทำฐานข้อมูลผู้มาเยี่ยมชมหรือนักท่องเที่ยว และยังไม่มีการสร้างแบรนด์พื้นที่

ที่ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ รวมถึงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในแนวทางการตลาดสมัยใหม่ที่จะช่วยสร้างคุณค่าและประสบการณ์ประทับใจให้เกิดขึ้นแก่พื้นที่ รวมถึงสร้างการรับรู้ กระตุ้นความสนใจและเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมและเข้าถึงได้ ดังนั้นแล้ว นักวิชาการ จึงเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดความรู้และนำแนวคิดการสร้างแบรนด์สถานที่ท่องเที่ยวมาสร้างแบรนด์อำเภอภูพานในฐานะเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวรอง ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบลงมือทำ ผสมผสานการวิจัยคุณภาพ และค้นหาแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภูพาน ที่นอกจากจะสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) เรื่องการทำ Destination Branding แล้ว ผลผลิตจากงานวิจัยนี้ ยังเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เป็นเครื่องมือพัฒนาความเข้มแข็งและยั่งยืนเพื่อความอยู่ดีมีสุขของชุมชนในพื้นที่



ภาพที่ 1 แผนที่ศึกษาทั้ง 5 ตำบล อ.ภูพาน และจุดท่องเที่ยวเมืองหลักอื่นๆ

ปรับปรุงจาก <https://sites.google.com/site/mint10yupin/>

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์อำเภอภูพานซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลักคือจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อนำเสนอแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอภูพาน

นิยามศัพท์

พื้นที่รองในเมืองหลัก หมายถึง พื้นที่ท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ที่ไม่ใช่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และเป็นจุดผ่านไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ในบริบทนี้หมายถึง พื้นที่ท่องเที่ยวในเขตอำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่น ครอบคลุม 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลภูพาน โนนคอม ห้วยม่วง นาผาย และวังสวาบ

การสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก หมายถึง กระบวนการสร้างต้นแบบแบรนด์แบบพอ แล้วดีให้กับอำเภอภูผาม่าน ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองท่องเที่ยวหลักคือ จังหวัดขอนแก่น ในชื่อแบรนด์ “ภูผาม่าน” (Brand Name) ผ่านกระบวนการค้นหาตัวตนความเป็นภูผาม่าน ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ของแบรนด์ (Brand Strategy) 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดขอบข่ายของพื้นที่ (Brand Description) ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดความมุ่งมั่นตั้งใจของแบรนด์ (Brand Passion) ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดจุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดคุณสมบัติของแบรนด์ (Brand Attributes) ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดคุณค่าคำสัญญาของแบรนด์ (Brand Promise) และขั้นตอนที่ 6 การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) และนำเสนอในรูปแบบของแบรนด์ต้นแบบ (Brand Model)

แนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล หมายถึง ความคิดเห็นซึ่งเป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารแบรนด์ภูผาม่าน จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารแบรนด์ท่องเที่ยว

คณะกรรมการท่องเที่ยวภูผาม่าน หมายถึง คณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน ตามคำสั่งอำเภอภูผาม่าน ที่ 107/2562 โดยตำแหน่ง ประกอบด้วย นายอำเภอภูผาม่าน เป็นหัวหน้าคณะกรรมการ เกษตรอำเภอ สาธารณสุขอำเภอ ผู้อำนวยการ กศน. หัวหน้าอุทยานแห่งชาติภูผาม่าน หัวหน้าป้องกันรักษาป่าที่ ขก 5 (ภูผาม่าน) พัฒนาการอำเภอ ปลัดเทศบาลตำบลและปลัด อบต. ทุกแห่ง ประธานสภาองค์กรชุมชน ประธานศูนย์ ศพก. ประธานคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ทุกหมู่บ้าน ประธานคณะกรรมการพัฒนาสตรี ที่ดินอำเภอ กำนันทุกตำบล ปลัดอำเภอ หัวหน้ากลุ่มงานบริหารงานปกครอง ปลัดอำเภอ และสำนักงานอำเภอ อำเภอภูผาม่าน ทำหน้าที่เป็นตัวแทนชุมชนทั้ง 5 ตำบล มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเชิงพื้นที่ พาผู้วิจัยลงภาคสนาม ให้การสะท้อนกลับ และยืนยันกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

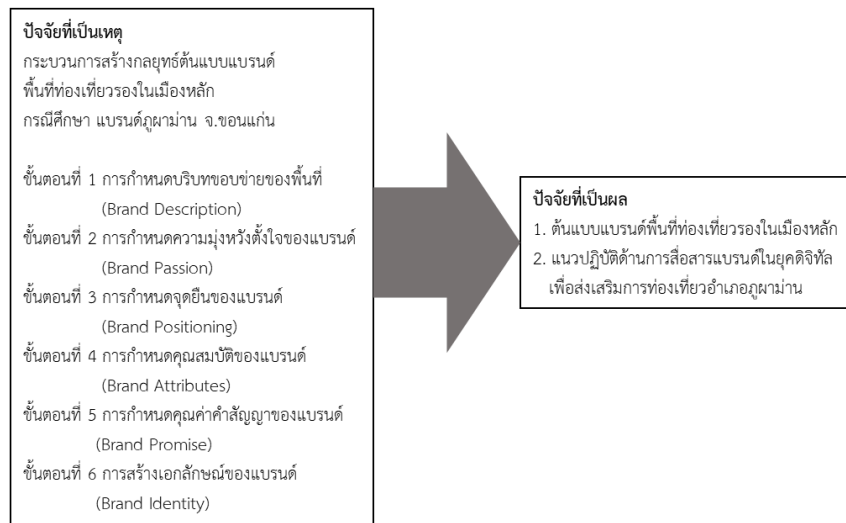
ประโยชน์ต่อการนำไปใช้

- 1) อำเภอภูผาม่าน ในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยวรองในจังหวัดขอนแก่น ได้กลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ (Brand Model) ที่สะท้อนความเป็นตัวตนของแบรนด์ “ภูผาม่าน” อันมีคุณค่าไปถึงการรับรู้ของกลุ่มผู้รับสาร และแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ ไปใช้ประโยชน์ด้านพัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และเป็นเครื่องมือสร้างความยั่งยืนด้านการจัดการท่องเที่ยว
- 2) เป็นตัวอย่างและแนวทางให้เมืองรองหรือพื้นที่ท่องเที่ยวรองอื่นๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) กรมการพัฒนาชุมชน ซึ่งรับผิดชอบโครงการท่องเที่ยว นวัตวิถี ได้นำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับการสร้างแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ (Branding Destination) ได้

ประโยชน์ด้านวิชาการ

เป็นกรณีตัวอย่างของแนวปฏิบัติที่ดี (Good Practice) ด้านบริการวิชาการสังคม/ชุมชน นำความรู้สู่การปฏิบัติ เรื่องการสร้างแบรนด์สถานที่อย่างเป็นรูปธรรม เอื้อประโยชน์ต่อการจัดการความรู้ และการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเรื่องการจัดการแบรนด์ในยุคดิจิทัล

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบลงมือทำ (Practical action research) ผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) 4 ขั้นตอน คือ ขั้นวางแผน ลงมือปฏิบัติ สังเกตการณ์ และสะท้อนผล มีคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน เป็นผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและกระบวนการสะท้อนกลับ 34 คน ใช้วงจรคุณภาพเดมมิง 4 ขั้นตอน (Deming Cycle: Plan Do Check Act) เป็นเครื่องมือกำกับกระบวนการสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์อีกขั้นและนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ดังนี้

ขั้นที่หนึ่ง: วางแผน (Planning)/ (Plan: วางแผน) ประกอบด้วย

1) ผู้วิจัยเตรียมการเดินทางไปสำรวจพื้นที่ เรียนรู้ชุมชนจากภายใน (Inside out) และเก็บข้อมูลด้านการท่องเที่ยวภูผาม่าน จากแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน (พ.ศ. 2559-2563) โดยวิเคราะห์สภาพพื้นที่และชุมชนกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งเป็นคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน เพื่อประเมินสถานการณ์ ขอบความเห็นและความเป็นไปได้ที่จะสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่าน ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายในโอกาสและสภาพแวดล้อมจากภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ (SWOT Analysis) เพื่อประโยชน์ต่อการนำข้อมูลมาสังเคราะห์ กำหนดเป็นกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่าน

2) การกำหนดกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่าน เริ่มต้นจากผู้วิจัยนำข้อมูลพื้นที่ ที่ได้จากข้อ (1) มาวิเคราะห์สังเคราะห์และสรุป โดยดำเนินการตามกระบวนการสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์แบบพอแล้วดี มีผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำ (Coaching) 1 คน เพื่อถ่วงดุลให้เหลือชุดความคิดหลักเพียงชุดเดียว ที่จะนำมาใช้เป็นต้นแบบและนำเสนอต่อคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน อย่างน้อย 3 ครั้ง จึงจะนัดหมายคณะทำงานฯ เพื่อเดินทางไปนำเสนอ

3) การนำเสนอกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตนายอำเภอภูผาม่านในฐานะหัวหน้าคณะทำงานฯ เพื่อนัดวันเวลาที่เหมาะสม จัดเวทีประชุมและวิพากษ์กลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่าน ที่ผู้วิจัยสกัดมา และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยเชิญคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและชาวบ้านในชุมชน

คนที่สนใจ เข้าร่วมรับฟัง วิจารณ์ ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแก่ผู้วิจัย เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับความเป็นภูมามานให้มากที่สุด และเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ร่วมเดินทางไปให้ความรู้เรื่องการสร้างแบรนด์ หนึ่งในการนำเสนอผู้วิจัยได้อธิบายต่อที่ประชุมให้ทราบและเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของผู้วิจัย ในการช่วยคิด ช่วยเขียน แทนคนในพื้นที่ด้วย

4) ผู้วิจัยส่งมอบต้นแบบแบรนด์ต่อคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน

5) จากข้อ (3) เมื่อได้ข้อสรุปต้นแบบแบรนด์แล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการนัดสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการท่องเที่ยว ประเด็นด้านการสื่อสารแบรนด์ภูมามาน ในบริบทที่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก ขอมุมมอง/ความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ส่งสาร (Sender) เนื้อหาสาร (Message/Content) ที่ควรนำเสนอ ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ รวมถึงกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร (Receiver) ในยุคดิจิทัล เพื่อหาข้อสรุปเป็นแนวปฏิบัติการสื่อสารแบรนด์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมามาน แล้วส่งกลับให้คณะทำงานฯ ผ่านนายอำเภอ

ขั้นที่สอง: ลงมือปฏิบัติ (Acting)/ (DO: ลงมือทำ) เป็นขั้นการลงมือปฏิบัติตามแผนในขั้นที่ (1) ดังนี้

1) ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ 4 ครั้ง เพื่อทำความรู้จักชุมชนภูมามาน เรียนรู้และเก็บข้อมูลความเป็นภูมามาน รวมถึงศึกษาพื้นที่ ทั้งจากแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน (พ.ศ. 2559-2563) และสำรวจภาพรวมการท่องเที่ยวภูมามาน โดยเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวตามพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ มีผู้นำชุมชน คนท้องถิ่นนำชมและบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ เช่น ถ้ำค้างคาว บ้านภูมามาน ต.ภูมามาน ถ้ำพระ ถ้ำผาน้ำทิพย์ ถ้ำพญานาคราชในเขตอุทยานแห่งชาติภูมามาน เดินเท้า ลัดเลาะไปตามเส้นทางธรรมชาติและแนวเขาพิชิตเขาสมยอด (ชมถ้ำพระอรหันต์) บนเทือกเขาภูมามาน เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวด้านการเกษตรปลอดสารพิษ เช่น แปลงกะหล่ำปลี บ้านเขาวง ต.วังสวาบ ชมวิถีชีวิตแบบเกษตรอินทรีย์ การปลูกกล้วยหอมทอง ปลูกหน่อไม้ฝรั่ง บ้านน่าน้ำชา ต.ภูมามาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดผงขมิ้น บ้านทรัพย์สมบูรณ์ ต.ห้วยม่วง ล่องแพอ่างเก็บน้ำห้วยม่วง ล่องแก่งผาเทวดา ที่บ้านเขาวง เปิดประสบการณ์วิถีวัฒนธรรม ใส่บาตรข้าวเหนียว 2 จังหวัด หมู่บ้านชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม บ้านเขินเหนือ ต.โนนคอม ณ วัดเฉลิมทอง ไปเยี่ยมชมเขื่อนใหญ่โบราณ ซ้อมผลิตภัณฑ์ชุมชน กินหลามไก่/ปลา อาหารพื้นบ้านประจำถิ่น การลงพื้นที่ลักษณะนี้ เป็นโอกาสดีทำให้ผู้วิจัยได้พบปะ ทำความรู้จักกับผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่ม และชาวบ้านเจ้าของพื้นที่ พูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ เกี่ยวกับเรื่องสถานการณ์ และการจัดการด้านท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลสภาพการณ์เชิงพื้นที่ด้านการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ตรงจากวิถีปฏิบัติต่อผู้มาเยือนของคนในท้องถิ่น วิธีการสื่อสาร (การเล่าเรื่อง) รวมถึงความรู้สึกรักและซื่อสัตย์ของชุมชนเกี่ยวกับเรื่องท่องเที่ยว บ่งบอกความตั้งใจ ที่อยากออกมาทางแวตาและคำพูด ที่อยากเห็นผู้คนมาเยี่ยมชมและท่องเที่ยวที่ภูมามาน รวมถึงความต้องการที่จะพัฒนาท้องถิ่นให้เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ที่ไม่ควรพลาดและพร้อมเปิดม่านภูมามานแห่งนี้ ต้อนรับผู้มาเยือนด้วยความตั้งใจ

ข้อมูลเหล่านี้ ผู้วิจัยได้รวบรวม นำมาวิเคราะห์ SWOT และกลั่นกรองเป็นภาษาเขียนนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูมามาน โดยใช้ทุนทรัพยากรที่ชุมชนและพื้นที่มีจริง มาเป็นฐานการวิเคราะห์

2) การกำหนดกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูมามาน ดำเนินการตามหลักของกระบวนการสร้างแบรนด์แบบพอแล้วดี 6 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดบริบทของพื้นที่ 2) การกำหนดความมุ่งมั่นตั้งใจของแบรนด์ 3) การกำหนดจุดยืนของแบรนด์ 4) การกำหนดคุณสมบัติของแบรนด์ 5) การกำหนดคุณค่าคำสัญญาของแบรนด์ และ 6) การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ โดยผู้วิจัยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์เป็นที่ปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะ (Coaching) เพื่อยืนยันว่าต้นแบบแบรนด์ที่กลั่นกรองมานั้น ได้ดำเนินการถูกต้องแล้ว จึงประสานกับอำเภอเพื่อนัดจัดเวทีประชุมและวิพากษ์

3) แนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ภูมามานในยุคดิจิทัล เมื่อที่ประชุมเห็นตรงกันและสรุปความเป็นตัวตนแบรนด์ต้นแบบภูมามานได้อย่างลงตัวแล้ว ผู้วิจัยจึงติดต่อประสานขอสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารท่องเที่ยว หาข้อสรุปร่วม

เป็นแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมาม่าน จำนวน 8 ท่าน แล้วจึงส่งกลับให้นายอำเภอในฐานะหัวหน้าคณะทำงานฯ

ขั้นที่สาม: สังเกตและบันทึก (Observing) / (Check: ตรวจสอบ)

เป็นขั้นตอนของการประเมินการทำงานว่า เป็นไปตามที่วางแผนไว้หรือไม่ ในขั้นนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่หนึ่ง ทั้งการสังเกตจากการมีประสบการณ์ร่วมกับชุมชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ และผู้มาเยี่ยมเยือนภูมาม่านหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการพูดคุยที่ไม่เป็นทางการ จดบันทึกด้วยสมุดและปากกา เครื่องบันทึกเสียง และถ่ายวิดีโอ มาประมวลวิเคราะห์ ลงมือสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ แล้วจึงส่งให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ ได้พิจารณาตรวจสอบ ถึงสิ่งที่อาจเป็นข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไข

สำหรับการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารท่องเที่ยวแต่ละท่าน ผู้วิจัยใช้คำถามแบบเปิดกว้าง พูดคุยแบบไม่เป็นทางการ จดบันทึกด้วยสมุด ปากกา และขออนุญาตบันทึกเสียงด้วยเครื่องบันทึกเสียง เมื่อได้ความเห็นและหรือมุมมองแล้ว จะสรุปประเด็นเพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิฯ ได้ยืนยันคำตอบอีกครั้งหนึ่ง

ขั้นที่สี่: สะท้อนผล (Reflecting) / (Act: การปรับปรุงแก้ไข)

เป็นขั้นที่ผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาแก้ไข โดยตรวจสอบเนื้อหาการปรับแก้ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยปรับแก้ไข 5 ครั้ง (Check-Act-Do-Check-Act-Do) จนตกผลึกเป็นกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ ที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็น “ใช้ได้” แล้ว พร้อมนำเสนอต่อคณะทำงานขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูมาม่านในวันที่ 18 เมษายน 2562 และข้อสรุปจากเวทีประชุมครั้งนี้ พบว่า กลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูมาม่าน 5 ขั้นตอนที่ผู้วิจัยสกัดมานั้น คณะทำงานฯ มีความเห็นชอบด้วยทั้งหมด เว้นแต่การออกแบบเอกลักษณ์ของแบรนด์ภูมาม่าน (Logo) ซึ่งที่ประชุมได้ร่วมหารือและแสดงมุมมองอย่างกว้างขวาง พร้อมให้ข้อมูลตามสภาพจริงของพื้นที่ สรุปว่า ขอให้ปรับแก้ไขโลโก้ โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลและความเห็นของคณะทำงานฯ ไปประสานนักออกแบบเอกลักษณ์ของแบรนด์ ปรับแก้ 4 ครั้ง (Check-Act-Do-Check- Act) และวันที่ 25 เมษายน 2562 ที่ประชุมมีมติเห็นชอบเอกลักษณ์ของแบรนด์ ผู้วิจัยได้ส่งมอบต้นแบบแบรนด์ต่อคณะทำงานฯ เพื่อนำไปสู่การใช้งานต่อไป

ประชากรเป้าหมาย

เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและลงมือปฏิบัติร่วมกับผู้วิจัย ใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ 1 คน ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและขอแนะนำแก่ผู้วิจัยในการสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูมาม่าน ตามกรอบกระบวนการสร้างแบรนด์แบบพอแล้วดี และเป็นวิทยากรร่วมให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการสร้างแบรนด์แก่คณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูมาม่าน นักออกแบบเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Identity Designer) 1 คน เป็นผู้ออกแบบและสร้างสรรค์โลโก้ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารท่องเที่ยว 8 คน เป็นผู้ให้แนวทางการสื่อสารแบรนด์ภูมาม่านในยุคดิจิทัล และคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูมาม่าน ตามคำสั่งอำเภอภูมาม่าน ที่ 107/2562 โดยตำแหน่ง 18 คน มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลด้านพื้นที่ พาผู้วิจัยลงภาคสนามและสะท้อนกลับ เพื่อยืนยันกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูมาม่าน รวมถึงผู้ประกอบการเจ้าของที่พักในพื้นที่ 4 คน และผู้มาเยี่ยมเยือนภูมาม่าน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ SWOT วงจรการบริหารงานคุณภาพ (Plan-Do-Check-Act: PDCA) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structure Interview) การจัดเวทีประชุมนำเสนอ

และวิพากษ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้และกิจกรรมเสริมความรู้เรื่องแบรนด์ เครื่องบันทึกเสียงและบันทึกภาพนิ่ง วิดีทัศน์ และกล้องถ่ายภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1) การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่จริงของผู้วิจัยเอง ด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว (Participant Observation) เวทีประชุม การสัมภาษณ์ไม่เป็นทางการผ่านการพบปะพูดคุยกับชุมชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมชม วิเคราะห์ SWOT การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการกับผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารท่องเที่ยว เพื่อขอความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสื่อสารแบรนด์ ใช้การบันทึก จดบันทึก ถ่ายภาพนิ่ง และวิดีโอ

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าจากแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูพาน (2559-2563) เอกสารประกอบการสอนเรื่อง “ภูพานตำนานเมืองทองคำ” โรงเรียนภูพาน และสื่อสังคมออนไลน์ จากเว็บไซต์ และเฟซบุ๊กเพจที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ท่องเที่ยวอำเภอภูพาน เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ท่องเที่ยวในภาพรวม จากการสำรวจภาคสนามของผู้วิจัย ถอดเทปเสียงการสัมภาษณ์พูดคุย และข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง ใช้การวิเคราะห์ SWOT ดึงข้อมูลมาสังเคราะห์และกลั่นกรอง สรุปเป็นร่างชุดกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูพาน ตามกรอบกระบวนการสร้างแบรนด์แบบพอแล้วดี ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์แบบพอแล้วดีเป็นผู้ประเมินและตรวจสอบ และผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นยืนยันต้นแบบแบรนด์โดยคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูพานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือเกี่ยวข้องในพื้นที่ รวม 34 คน สำหรับการค้นหาแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัล เมื่อเสร็จการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล ผู้วิจัยจะสรุปประเด็นกับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันในคำตอบ และกลับมาถอดเทปการสัมภาษณ์เพื่อเก็บและทบทวนรายละเอียดข้อมูล ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนกรกฎาคม 2561- ธันวาคม 2562

ผลการวิจัย

จากการลงมือปฏิบัติ สกัดข้อมูลประกอบร่างเป็นกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูพาน ตามกระบวนการสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์แบบพอแล้วดี และผู้วิจัยได้นำเสนอผ่านเวทีประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อหาข้อสรุปและยืนยันความเป็นตัวตนภูพานจากคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูพาน เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2562 และสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารท่องเที่ยว 8 ท่าน เพื่อค้นหาแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภูพาน สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ข้อ 1. กลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูพาน ประกอบด้วย 1) บริบทความเป็นภูพาน คือ “พื้นที่ท่องเที่ยววิถีธรรมชาติ” 2) ความมุ่งมั่นตั้งใจของแบรนด์ “เป็นแรงบันดาลใจให้ชุมชน รักในถิ่นฐานบ้านเกิดตระหนัก ห่วงแทน เห็นคุณค่าและความสำคัญของธรรมชาติอันยิ่งใหญ่ของภูพาน” 3) จุดยืนของแบรนด์ คือ “ที่ ที่ต้องตั้งใจมา” 4) คุณสมบัติของแบรนด์ คือ ความงดงาม มหัศจรรย์และยิ่งใหญ่ของธรรมชาติเปรียบดังสวรรค์ “ตั้งใจสร้าง” ชุมชนมีเรื่องเล่า “ที่ตั้งใจเล่า” ใครเล่าก็ไม่เหมือนชุมชนเล่า และชุมชนเปิดใจรับผู้ตั้งใจมาเยือน “อย่างสุดความตั้งใจ” 5) คุณค่าคำสัญญาของแบรนด์ คือ “ที่สุดของความตั้งใจ ที่จะสืบสาน ส่งต่อคุณค่า เคารพรักษามรดกชาติ เพื่อให้ชุมชนดำรงอยู่กับธรรมชาติอย่างยั่งยืน” และ 6) เอกลักษณ์ของแบรนด์ ใช้ชื่ออำเภอและเทือกเขาภูพานเป็นชื่อแบรนด์ สร้างสรรค์โลโก้ในรูปแบบมินิมอล มีความเรียบง่ายรายละเอียดน้อย แต่ดูยิ่งใหญ่ พื้นหลังใช้สีเอิร์ธโทนน้ำตาลส้ม เป็นเฉดสีที่พบเห็นได้จากธรรมชาติให้ความรู้สึกสบายตา ใช้อักษรตัวหนา

สื่อถึงความเข้มแข็งของชุมชน นำภาพเทือกเขาภูผาม่าน มีฝูงค้างคาวบินเป็นองค์ประกอบหลัก สื่อถึงความสมบูรณ์และวิถีธรรมชาติ อันเป็นเอกลักษณ์แห่งเดียวในจังหวัดขอนแก่นและล้อมกรอบด้วยเส้นสีขาว ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 กลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่านแบบพอแล้วดี และเอกลักษณ์ของแบรนด์
ภาพพื้นหลังจากคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน

กลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่าน ทั้ง 6 องค์ประกอบที่ปรากฏข้างต้น ได้ผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สะท้อนกลับและเห็นชอบไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อ 2. แนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากการวิจัยนี้ อยู่ในห้วงเวลาแห่งการเกิดขึ้นและก่อร่างสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักต่อชุมชนในพื้นที่และผู้มาเยือนจากภายนอก ดังนั้น ผู้ทรงคุณวุฒิจึงได้ให้ข้อเสนอเป็นแนวปฏิบัติไว้ 2 บริบท ได้แก่ 2.1 บริบทการสื่อสารภายในพื้นที่ ที่มี 3 แนวทางคือ 1) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อแบรนด์ภูผาม่านแก่คนในพื้นที่ โดยผู้นำชุมชนควรมีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร 2) การสื่อสารเพื่อส่งเสริมสนับสนุนนักท่องเที่ยวให้เป็นตัวแทนหรือพูดของแบรนด์ และ 3) การสื่อสารผ่านกระบวนการทางธุรกิจของแบรนด์ โดยสร้าง “พื้นที่ร่วม” ภายใต้การบริหารจัดการประโยชน์ร่วมเชิงธุรกิจและประโยชน์สุขร่วมกัน และ 2.2 บริบทการสื่อสารภายนอก มี 2 แนวทาง คือ 1) หากกลุ่มเป้าหมายตัวจริง และ 2) ใช้ “เรื่องเล่า” มา “เล่าเรื่อง” ผ่านพื้นที่สื่อสมัยใหม่

อภิปรายผล

ข้อ 1. บริบทการสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก

กรณีแบรนด์ภูผาม่านทั้ง 6 องค์ประกอบที่ปรากฏเป็นผลจากการวิจัยนี้ ได้สะท้อนภาพแทนพื้นที่ท่องเที่ยวภูผาม่าน (representation) ที่รวมชุดของเนื้อหา สัญลักษณ์ และองค์ประกอบด้านรูปแบบอื่นๆ ซึ่งช่วยให้มีความแตกต่างจาก

พื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ด้วยลักษณะเฉพาะเจาะจงและเป็นที่จดจำได้ (Petra Barisic and others, 2012, p.1284) สามารถอธิบายด้วยแนวคิดการสร้างแบรนด์สถานที่ (Destination Brand) ดังที่ จุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2555, น. 18) สรุปว่า มีความคล้าย คลึงกับแนวคิดในการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากสถานที่เป็นรูปแบบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ แบรนด์สถานที่ หมายถึง ชื่อ (Name) สัญลักษณ์ (Symbol) โลโก้ (Logo) หรือรูปภาพ (Graphic) ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่หรือแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากสถานที่อื่น ซึ่งแบรนด์สถานที่ เป็นกลไกหนึ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในสถานที่นั้นๆ และก่อให้เกิดความทรงจำที่ดีจากการได้รับประสบการณ์ตรงตามที่แบรนด์ได้ส่งเสริมไว้ มีกระบวนการดังนี้ 1) หาเอกลักษณ์หรือลักษณะเด่นของสถานที่นั้น รวมถึงการสร้างชื่อ สัญลักษณ์หรือรูปภาพ 2) นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวตามที่สัญญาไว้ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่นั้น และ 3) กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชอบและสามารถจดจำสถานที่นั้น การสร้างแบรนด์สถานที่ โดยนัยยะนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เมื่อผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรมีการสร้างแบรนด์เพื่อให้ความแตกต่าง เป็นที่รักและมีความยั่งยืน “สถานที่” หรือ “จุดหมายปลายทาง” ดังเช่น อำเภอภูผาม่าน ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก คือ จังหวัดขอนแก่น ก็ควรมี “แบรนด์” (Brand) ที่รวมองค์ประกอบของชื่อของสถานที่หรือแบรนด์เนม (Brand Name) คุณลักษณะ เรื่องราว ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ไว้ โดยทำให้เข้าใจง่ายผ่านเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Graphical Identity) ซึ่ง ชุมชนเจ้าของพื้นที่มีหน้าที่ร่วมสร้าง บริหารจัดการและสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มีชื่อเสียง เป็นที่รัก รู้จัก จดจำ เกิดอารมณ์ร่วม สามารถทำให้ผู้ที่พบเห็นแบรนด์เกิดความรู้สึกเชื่อมโยงกลับมาสู่แบรนด์ภูผาม่านรวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีในใจกลุ่มเป้าหมายได้

นอกจากนี้ เมื่อตัวแทนชุมชนมีความเห็นเป็นข้อสรุปร่วมกันว่า การนำจุดแข็งซึ่งเป็นศักยภาพของพื้นที่มากำหนด ขอบข่ายบริบทความเป็นภูผาม่านให้เป็น “พื้นที่ท่องเที่ยววิถีธรรมชาติ” (หมายรวมถึงวิถีความเป็นชุมชนดั้งเดิม) เชื่อมโยงถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของแบรนด์ที่จะ “เป็นแรงบันดาลใจให้ชุมชนคนภูผาม่าน รักในถิ่นฐานบ้านเกิด มีความตระหนัก ห่วงเห็นคุณค่าและความสำคัญของธรรมชาติอันยิ่งใหญ่ของภูผาม่าน” และพร้อมจะส่งมอบคุณค่าคำสัญญาของแบรนด์ให้ผู้มาเยือนว่า จะได้รับด้วยช่วยกัน “สืบสาน ส่งต่อคุณค่า เคารพรักษัธรรมชาติ เพื่อชุมชนดำรงอยู่กับธรรมชาติอย่างยั่งยืน” ความสำคัญของกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่านที่ได้กำหนดไว้ในบริบทนี้ จึงเป็นเหมือนคู่มือการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีสำนึกรับผิดชอบต่อพื้นที่ระหว่างคนในชุมชนด้วยกันเองและผู้มาเยี่ยมชมเยือนให้สามารถดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อที่ 2. แนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบรนด์ในยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.1 บริบทการสื่อสารภายในพื้นที่ มี 3 แนวทาง คือ

1) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อแบรนด์ภูผาม่านแก่คนในพื้นที่ โดยผู้นำชุมชนควรมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารแบรนด์ ในทางปฏิบัติ นายอำเภอในฐานะหัวหน้าคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่าน เป็นแกนนำหลักสำคัญในกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อแบรนด์ภูผาม่านแก่คนในพื้นที่ ตัวอย่างเช่น สิ่งที่เกิดขึ้นในวันประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อหาข้อสรุปนั้น นอกจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวภูผาม่าน 18 คน มาร่วมประชุมแล้ว พบว่า ยังมีชุมชนท้องถิ่น องค์กรภาคีเครือข่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งระดับระดับชุมชนและจังหวัดด้วย เมื่อทราบข่าว ก็สนใจเข้าร่วมกระบวนการสะท้อนกลับด้วย รวมทั้งสิ้น 34 คน โดยนายอำเภอบอกว่า “นี่เป็นปรากฏการณ์ใหม่ในการประชุมเรื่องการท่องเที่ยวของอำเภอเลยนะครับ ทุกทีเวลาผมเชิญมาคุยเรื่องท่องเที่ยว ก็คนเดิมๆ ไม่ถึง 10 คน ครั้งนี้สนใจกันมากพิเศษ เป็นเรื่องน่ายินดีสำหรับภูผาม่านของเราครับ” การประชุมในวันนี้ จึงสะท้อนภาพตัวอย่างให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายและชุมชนในพื้นที่ ตระหนักรับรู้และเห็นถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์ภูผาม่านและต้องการมีส่วนร่วมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น รับฟังหรือแสดงความคิดเห็น เป็นต้น ตัวอย่างข้างต้นได้สะท้อนภาพบทบาทผู้นำชุมชนในฐานะเป็นสื่อบุคคล สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การสื่อสารภายใน (Internal Communications) ดังที่ เดชา เศรษฐวัฒนไพศาล (2556, น. 91) อธิบายว่า พนักงานควรได้เรียนรู้และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงเรื่องราวความเป็นมาต่างๆ ที่เกี่ยวกับแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือองค์กร เพื่อให้มีความรู้พื้นฐาน มีความเข้าใจ

ใจอย่างแท้จริงในเนื้อหาสาระ ทิศทาง ตลอดจนความเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อจะได้สื่อสารออกไปได้ตรงกับเจตนารมณ์ ในฐานะที่เป็นตัวแทนของแบรนด์คนหนึ่ง การสื่อสารภายในอาจทำได้หลายวิธี เช่น จดหมายข่าวถึงพนักงาน การประชุมพนักงาน ข่าวสารจากประธานบริษัท การบอกเล่าเรื่องราว ฯลฯ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชฎาภรณ์ ทองแป้น (2562) ที่พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ ต้องมีผู้นำที่เข้มแข็ง แก่นนำชุมชนหรือผู้นำชุมชน ควรมีความเข้มแข็งเป็นที่ยอมรับของสมาชิกชุมชน เป็นผู้ที่มีพร้อมจะเสียสละเวลาส่วนตัว เข้ามาจัดการดูแลการพัฒนาการท่องเที่ยว มีภาวะเป็นผู้นำสูง มีความรู้ และไหวพริบที่สามารถสร้างความเชื่อถือ การยอมรับและการเชื่อมั่นได้ ศักยภาพของผู้นำส่งผลต่อการพัฒนาการสร้างความสำเร็จให้คนในชุมชนยอมรับ ย่อมจะทำให้เกิดความร่วมมือของคนในชุมชนต่อไป

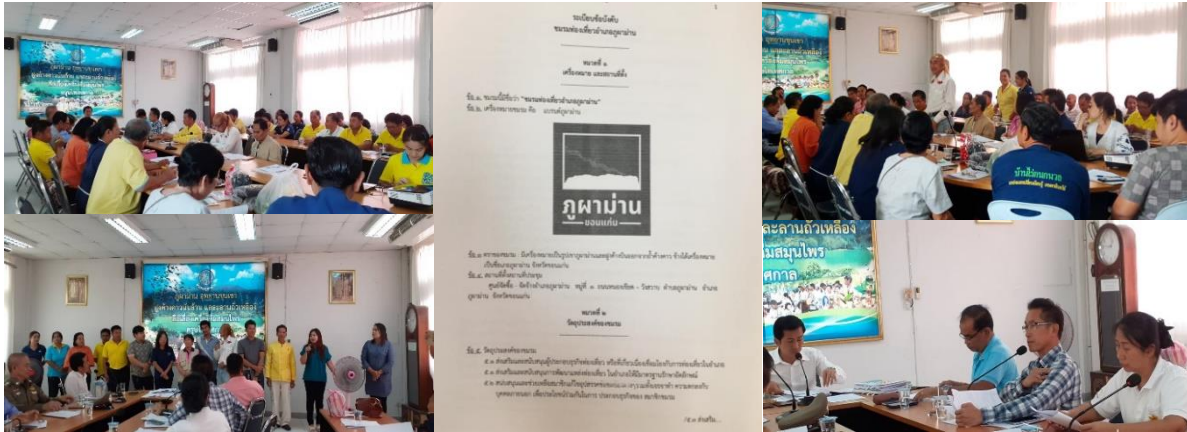
2) การสื่อสารเพื่อส่งเสริมสนับสนุนคนท้องถิ่นให้เป็นตัวแทนของแบรนด์หรือทูตของแบรนด์ (Brand Ambassador) แนวปฏิบัติดังกล่าวนี้ อภิปรายได้ด้วยนิยามและบทบาทของ “แบรนด์” ตามยุคสมัยของแบรนด์ โดยศิริกุล เลากัยกุล (2561) อธิบายว่า จุดเริ่มต้นของแบรนด์มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสัญลักษณ์ (Label) บ่งบอกความเป็นเจ้าของหรือแหล่งที่มา พัฒนามาเป็น “เครื่องหมายการค้า (Trademark)” เพื่อบ่งบอกถึงเจ้าของความคิดนั้นๆ เป็นการแสดงมาตรฐานการผลิตสินค้า เป็นเครื่องมือในการกำหนดจุดยืนทางการตลาด (Positioning) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และแสดงความแตกต่าง ตลอดจนถึงแนวคิดร่วมสมัยที่ว่า “แบรนด์” คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นประสบการณ์รวม สร้างความรู้สึกผูกพัน และแบรนด์คือชื่อเสียง จะเห็นว่า บทบาทของ “แบรนด์” ได้ขยายมาสู่การส่งมอบประสบการณ์รวม การสร้างความรู้สึกร่วมกันแก่ลูกค้าและชื่อเสียงดังเช่นปัจจุบัน ดังนั้น ทรัพยากรสำคัญในการส่งมอบประสบการณ์และสร้างชื่อเสียงคือ พนักงานขององค์กร กล่าวคือ พนักงานทุกๆ คนขององค์กรควรมีส่วนร่วมและมีความรับผิดชอบต่อการดำเนินงานและการบริหารองค์กร ตลอดจนภาพลักษณ์หรือแบรนด์ของสินค้าหรือขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ภายใต้ข้อเสนอ พันธสัญญา หรือกลยุทธ์ของแบรนด์ที่ได้กำหนดไว้ เริ่มตั้งแต่ป้ายบอกทางเข้าหรือหน้าร้านที่ทำการ ที่แสดงความเชื่อ เชิญ การต้อนรับที่สุภาพและอบอุ่น การตอบคำถาม การอำนวยความสะดวกต่างๆ และมีน้ำใจ มีมารยาท การผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วน การอธิบายข้อมูลเนื้อหาที่เกี่ยวข้องต่างๆ อย่างแม่นยำด้วยความเป็นมิตร ฯลฯ ซึ่งกระบวนการดังกล่าว ล้วนเป็นจุดสัมผัสแบรนด์ (Contact points) ที่สำคัญในการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและน่าประทับใจแก่ลูกค้าด้วยกันทั้งสิ้น เมื่อลูกค้ามีความพอใจ ก็อยากกลับมาใช้บริการอีกเพราะมีความไว้วางใจต่อแบรนด์ และเกิดความรู้สึกผูกพันกับแบรนด์นั้นๆ อย่างไม่เสื่อมคลาย ในบริบทนี้ หากแบรนด์องค์กรคือ อำเภอกุฉินารายณ์ คนทุกคนทุกภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่อำเภอกุฉินารายณ์ คือ ตัวแทนของแบรนด์กุฉินารายณ์ที่สำคัญ เพราะคนเหล่านี้จะเป็นผู้ที่สัมผัสกับผู้มาเยี่ยมเยือนหรือนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งในช่วงระยะเวลาการดำเนินการวิจัยนี้ พบว่า นอกจากนายอำเภอในฐานะผู้นำหลักสำคัญอย่างเป็นทางการแล้ว ท่านยังเปิดโอกาสและสนับสนุนให้คนในพื้นที่ได้ร่วมแสดงบทบาทเป็นเจ้าบ้านในการต้อนรับผู้มาเยี่ยมเยือนหลายคณะอย่างเต็มที่ ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่รูปแบบต่างๆ ดังที่ จิตติกร แก้วคำ (7 กรกฎาคม 2561) ให้สัมภาษณ์ผู้วิจัยว่า “ถ้ามาที่เขินเหนือ ผมและลูกบ้าน จะถูกทาบทามให้ต้อนรับแขกนายเป็นประจำ อาจารย์มา ผมก็ตั้งใจ ได้ต้อนรับ ภูผามานเรามีของดีๆ เยอะ พรั่งนี้เข้า ใส่บาตรข้าวเหนียวด้วยกันนะครับ หน้าวัดเฉลียงทอง เป็นธรรมเนียมในการรับแขกครับ เสร็จแล้วนั่งรถอีแต๊กชมวิถีไทย เราเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผมและแม่ๆ ยินดีมากครับ” และ ในวันที่ 29 ธ.ค. 62 ทางอำเภอได้รับการติดต่อจากภริยาผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น ให้ทดลองจัดกิจกรรม “One Day Trip KKC: วันเดียวเที่ยวเมืองขอนแก่น” โดยนำคณะเพื่อนเที่ยวมาเปิดมุมมองและประสบการณ์ท่องเที่ยวอำเภอกุฉินารายณ์ ยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ไร่กนกนวล ฟาร์มสเตย์ ถ้าพระกายสิทธิ์ บ้านวังมน แผลงผักกะหล่ำปลี บ้านเขาวง โรงไฟฟ้าชีวภาพจากหญ้าเนเปียร์ บ้านสองคอน ต.วังสวาบ ถ้ำค้างคาว ฯลฯ ที่นอกจากจะได้ทดลองเส้นทางท่องเที่ยวแล้ว นายอำเภอได้เปิดโอกาสให้ชุมชนในจุดท่องเที่ยวได้ร่วมต้อนรับ นำชมและเล่าเรื่องของพื้นที่ตัวเอง จากการสอบถามนายอำเภอ “ไม่ต้องมีสคริป ชาวบ้านเขารู้เรื่องดีที่สุด เขาเล่าของเขาได้ ดูนุ่ก มีความสุขด้วย” ตัวอย่างเหล่านี้ มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความเป็นตัวแทนของแบรนด์ได้ (Brand Citizenship Behavior) ดังที่ เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล (2556, น. 88) อธิบายว่า พฤติกรรมที่พนักงานแสดงออกถึงความเป็น

แบรนด์หมายถึง ระดับของความผูกพันทางด้านจิตใจที่พนักงานมีต่อแบรนด์ เป็นการแสดงออกจากรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์ กล่าวคือ การที่พนักงานมีความเข้าใจ เต็มใจ และยอมรับในการที่จะปรับมุมมองหรือการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของตัวเองให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ความเป็นแบรนด์ (Brand Identity) ตลอดจนข้อเสนอหรือพันธสัญญาของแบรนด์ (Brand Promise) โดยมีความตระหนักว่าตนเองเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการส่งมอบแบรนด์และภาพลักษณ์ที่ดีไปสู่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า การส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นได้แสดงออกอย่างเหมาะสมถึงความเป็นแบรนด์ภูมามาน ตั้งแต่รู้ที่มาของชื่อแบรนด์ภูมามาน นับเป็นกลไกการสื่อสารสำคัญอย่างหนึ่งในการทำให้แบรนด์มีชีวิต อย่างไรก็ตาม โดยเนื้อแท้แล้ว คนภูมามานทุกคน คือ ผู้สร้างแบรนด์ภูมามานให้มีชีวิตและเติบโต (Employees live the brand) สร้างชื่อเสียงและประสบการณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ได้ทุกที่ ทุกเวลา และด้วยวิธีการสื่อสาร ที่ควรคำนึงถึงความสอดคล้องกับของแบรนด์ในทุกๆ จุดสัมผัสแล้ว การได้ตระหนักว่า พฤติกรรมและการแสดงออกที่พึงประสงค์ของคนภูมามานทุกคนในฐานะเจ้าของแบรนด์และเจ้าของบ้านต่อผู้มาเยี่ยมเยือน ล้วนมีส่วนสำคัญในการเติมเต็มความเข้มแข็งให้กับแบรนด์ ดังคำกล่าว “คนคือทูตที่สำคัญที่สุดของแบรนด์ พนักงานของเราจะเป็นผู้นำเราไปสู่เป้าหมาย สู่อิสรภาพที่เราต้องการได้อย่างมั่นคงกว่าใคร” (ศิริกุล เลากัยกุล, 2551, น. 110)

3) การสื่อสารผ่านกระบวนการทางธุรกิจของแบรนด์ โดยสร้าง “พื้นที่ร่วม” ภายใต้การบริหารจัดการประโยชน์ร่วมเชิงธุรกิจและประโยชน์สุขร่วมกัน โดยนัยของแนวปฏิบัตินี้ มีความสอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น ในมิติการจัดการท่องเที่ยวด้านโครงสร้างการบริหาร ซึ่งหมายถึง การจัดองค์กร การกำหนดตำแหน่งหน้าที่และบุคคลที่จะเข้ามารับผิดชอบงานในด้านต่างๆ (ประโยชน์ สงกลิ่น, 2558, น. 113) ในทางปฏิบัติ พบว่า กิจกรรมการสื่อสารที่สำคัญและถูกนำมาเชื่อมโยงเพื่อสร้างพื้นที่ร่วมในการจัดการท่องเที่ยวภูมามาน ปรากฏเป็นรูปธรรม คือ การจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน โดยวันที่ 15 ส.ค. 62 อำเภอภูมามาน จัดสัมมนาและฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอำเภอ และนายอำเภอใช้เวทีนี้ เป็นพื้นที่พบปะแลกเปลี่ยน การรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ภูมามานให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP กลุ่มผู้ผลิตไม้ผล กลุ่มผู้ผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการที่พักอาศัย ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ พร้อมกับเชิญชวนทุกคนมาร่วมก่อตั้งและสมัครเป็นสมาชิกชมรมท่องเที่ยวภูมามาน ปรากฏผล มีผู้สนใจแสดงความจำนงสมัครกว่า 66 คน และวันที่ 25 ก.ย. 62 นายอำเภอภูมามาน ในฐานะหัวหน้าคณะทำงานฯ ได้เชิญผู้ที่แสดงความจำนงและสมัครสมาชิกชมรมท่องเที่ยวภูมามานเข้าร่วมประชุม ประเด็นการตั้งชมรมท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้รวมตัวกันในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงรุก ให้เป็นรูปธรรมและยั่งยืนต่อไป มีวาระการพิจารณาร่างข้อบังคับชมรมท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน คัดเลือกคณะกรรมการชมรมท่องเที่ยวอำเภอภูมามาน ประกอบด้วย ประธาน รองประธานชมรมฯ เลขานุการ เหรัญญิก การจัดการผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ นายทะเบียน คณะกรรมการฝ่ายต่างๆ เป็นต้น และมีมติเห็นชอบให้ใช้เอกลักษณ์ของแบรนด์ภูมามาน เป็นโลโก้หรือตราสัญลักษณ์ประจำชมรมฯ ภาพที่ปรากฏ จึงเสมือนการเตรียมการกระจายอำนาจให้ตัวแทนกลุ่มต่างๆ ในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการท่องเที่ยว สร้างความสามัคคีของสมาชิก สำนักประชาธิปไตยระดับท้องถิ่น ให้มีสิทธิมีเสียงรวมถึงการตัดสินใจที่จะกำหนดทิศทางขับเคลื่อนการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบองค์กรต่อไปร่วมกัน ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการรวมพลังบวกเชิงสร้างสรรค์ ให้เกิดขึ้นภายในพื้นที่ท่องเที่ยว สะท้อนวิธีการสื่อสารของนายอำเภอ ที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ผ่านการจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวฯ ซึ่งเป็น “พื้นที่ร่วม” เพื่อให้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ร่วมกัน สนับสนุนกระบวนการตัดสินใจแบบมีส่วนร่วม เป็นไปตามเจตนารมณ์และตอบสนองความต้องการของสมาชิกที่แท้จริงภายใต้กฎกติกา เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ร่วมกันไปสู่ทิศทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพลวัตของการท่องเที่ยวชุมชนและอนาคตของท่องเที่ยวชุมชนของ

มิ่งสรรพ ขาวสอาด (2562) ที่สรุปว่า การท่องเที่ยวชุมชน 4.0 จะเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไปและความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชนต้องการ “แรงระเบิดจากภายใน” ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การลงหลักปักฐานสร้างพื้นที่ร่วมในวันนี้ เปรียบเหมือนการสร้างภูมิคุ้มกันและการเตรียมแผนรองรับความเสี่ยงที่อาจเป็นผลกระทบจากการขยายตัวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดสรรผลประโยชน์ภายในกลุ่ม หากไม่ลงตัวและไม่เป็นธรรมแล้ว ก็มีโอกาที่จะเกิดความขัดแย้งขึ้นภายในชุมชนได้ตลอดเวลา



ภาพที่ 4 การประชุมจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวอำเภอภูผาม่านอย่างมีส่วนร่วม

2.2 บริบทการสื่อสารภายนอกพื้นที่ มี 2 แนวทาง คือ

1) หากกลุ่มเป้าหมายตัวจริงให้เจอ เหตุผลเพราะแนวปฏิบัติข้อนี้ ตั้งอยู่บนฐานคิดของหลักความเป็นจริงทางการตลาดกล่าวคือ “การจะทำการตลาดใดๆ ล้วนต้องมีกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการทำการตลาดด้วยเสมอ” (ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง, 2560, น. 79) โดยนัยของการตลาดท่องเที่ยวแล้ว กลุ่มเป้าหมายตัวจริงในบริบทนี้ จึงหมายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่คนภูผาม่านต้องการให้มาเยี่ยมเยือน ถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญลำดับต้นและจุดหมายปลายทางของการสื่อสารแบรนด์ภูผาม่าน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่พักในพื้นที่และนักท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการ ถึงเหตุผลที่นักท่องเที่ยวมาเยือนภูผาม่าน พบว่า “ที่นี่สงบ สวยงามมีความเป็นธรรมชาติจริงๆ” หลายคนบอกว่า “ธรรมชาติที่นี่สดใหม่แปลกตา ไม่เหมือนที่อื่นๆ ที่เคยไป ไม่คิดว่าขอนแก่นจะมีแบบนี้ เมื่อได้มาเห็นด้วยตาประทับใจมาก” สอดคล้องกับผลสำรวจโดย Booking.com ที่คาดการณ์ว่าปี 2019-2020 จะเป็นปีแห่งการ “ท่องเที่ยวเชิงสำรวจ” คนรุ่นใหม่นิยมออกไปท่องเที่ยวแบบสำรวจสิ่งใหม่ๆ พร้อมกับการอนุรักษ์ไปพร้อมกัน นักท่องเที่ยวยุคใหม่นิยมเดินทางไปสำรวจจุดหมายที่เป็นที่รู้จักน้อยกว่าเพื่อลดปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมือง และช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายจากการท่องเที่ยวแบบแออัดกันแน่นใช้มากเกินไป (วรณรัตน์ คัทมาตย์, 2562) และผลสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่า เทรนด์การท่องเที่ยวไทยของคนไทยยุคใหม่ในช่วงปี 2019 - 2020 มีความหลากหลายและ Unique มากกว่ายุคก่อน เน้นวิธีการเที่ยวในสไตล์ของตัวเอง แล้วมักจะแนะนำหรือแชร์ทริปเที่ยวของตัวเองให้ผู้อื่นต่อ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง กลายเป็นสังคมนักท่องเที่ยวแบบคั่นคว่า แชร์ และแบ่งปัน (Bottomline, 2019) ดังเช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนภูผาม่าน ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ ทุกคนพูดไปในทางเดียวกันว่า รู้จักชื่อภูผาม่าน จากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เพจรีวิว ต่างๆ รวมถึงเฟสบุ๊ก และไอจีของเพื่อนๆ ฯลฯ ต้องมาให้เห็นสักครั้ง และพร้อมที่จะแบ่งปัน หรือแชร์รูปภาพ วิดีโอ และประสบการณ์การท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในภูผาม่านอีกด้วย ตัวอย่างพฤติกรรมผู้มาเยี่ยมเยือนเหล่านี้ สอดคล้องกับธาม เชื้อสถาปนศิริ (2557) อธิบายว่า เพราะการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ปัจจุบันจึงเป็นยุคของผู้ใช้สื่อ (User) กล่าวคือ ผู้ใช้สื่อ มีบทบาททั้งในฐานะ

ผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) ได้ในเวลาเดียวกัน สามารถผลิตเนื้อหาได้ด้วยตนเอง และสะท้อนความคิดเห็นหรือตอบกลับได้อย่างทันทีทันใดแล้ว ยังสามารถนำผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารส่งต่อไปยังบุคคลอื่นๆ ได้อีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารภายนอกพื้นที่ในบริบทนี้ ถือเป็นความท้าทายของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภูผาม่านทุกคนต้องให้ความสำคัญ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากคนภูผาม่านปฏิบัติได้ตามแนวทางคำแนะนำสัญญาของแบรนด์ภูผาม่านที่กำหนดไว้ถึงสิ่งที่แบรนด์จะส่งมอบคุณค่าให้ผู้มาเยี่ยมเยือน และทำต่อเนื่องตลอดกระบวนการสร้างและสื่อสารแบรนด์ รวมถึงใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์อย่างเข้าใจ ท้ายที่สุดแล้ว กลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวตัวจริงโดยความหมายนี้จะปรากฏและช่วยกันแบ่งปันเรื่องราวประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ผ่านการเล่าเรื่องแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนสำคัญ ที่จะนำไปสู่การสร้างความรู้แบรนด์ภูผาม่านและตัดสินใจออกเดินทาง

2) ใช้ “เรื่องเล่า” มา “เล่าเรื่อง” ผ่านพื้นที่สื่อสมัยใหม่ ให้เป็นช่องทางการสื่อสารแบรนด์ โดยแนวทางการสื่อสารแบรนด์ที่ผู้เชี่ยวชาญให้ไว้ในข้อนี้ มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของแบรนด์ภูผาม่านทั้ง 3 ข้อ คือ 1) ภูผาม่าน มีความงดงาม มหัศจรรย์และยิ่งใหญ่ของธรรมชาติเปรียบดั่งสวรรค์ “ตั้งใจสร้าง” 2) ชุมชนมีเรื่อง เล่า “ที่ตั้งใจเล่า” ใครเล่าก็ไม่เหมือนชุมชนเล่า และ 3) ชุมชนเปิดใจรับผู้ตั้งใจมาเยือน “อย่างสุดความตั้งใจ” ในบริบทนี้ ชุมชนท่องเที่ยวภูผาม่านและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ สามารถร่วมด้วยช่วยกันรวบรวมเรื่องราว เช่น ที่มาของชื่อภูผาม่าน และเรื่องเล่าของแต่ละชุมชนทั้ง 5 ตำบล ทั้งที่เป็นความรู้ ประสบการณ์ชีวิต ความเชื่อ มุมมอง แนวคิด บทเรียน และเรื่องอื่นๆ ที่สามารถบอกเล่า ถ่ายทอดหรือแบ่งปันแก่นักท่องเที่ยว ในความเป็นเนื้อแท้ของพื้นที่ และนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเรื่อง เพื่อสร้างความลึกซึ้งให้แก่ นักท่องเที่ยว โดยให้คนในชุมชนท้องถิ่นเอง ทำหน้าที่เป็นผู้เล่า อาจใช้สถานที่จริง ภาพเหตุการณ์ และสัญลักษณ์อื่นประกอบเพื่อสื่อความหมาย (ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์, ณัฐกานต์ แน่พิมาย, เสาวภาคย์ สว่างจันทร์ และพงศ์เทพ แก้วเสถียร, 2562, น. 154) รวมถึงกิจกรรมและโปรแกรมท่องเที่ยวที่ถูกออกแบบมา เช่น “เที่ยวภูผาม่านแบบโดดๆ” หรือจะขาย “พวงไปกับพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก” เพื่อให้ผู้มาเยี่ยมเยือน นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ได้พบเห็น เกิดประสบการณ์โดยรวมที่ดีต่อแบรนด์ตั้งแต่แรกเริ่ม ถึงการจากลา จนเกิดการบอกต่อหรือแชร์ในวงกว้าง โดยโพสต์เนื้อหาเหล่านี้บนเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านช่องทางการสื่อสาร เช่น เฟซบุ๊ก เป็นต้น และควรทำอย่างต่อเนื่อง พร้อมๆ กับการเปิดพื้นที่เป็นสาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ให้ นักท่องเที่ยวได้สนทนา เล่าประสบการณ์และความประทับใจ แบ่งปันให้เพื่อนๆ หรือนักท่องเที่ยวอื่นๆ ได้รับรู้ การเปิดพื้นที่ดังกล่าว เป็นกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ ที่มีประสิทธิภาพสูงในยุคดิจิทัล ทั้งนี้เพราะ “ในบทสนทนาของพวกเขา นักท่องเที่ยวดิจิทัล จะบอกความต้องการ ความชื่นชม พฤติกรรมการท่องเที่ยว และรสนิยมการท่องเที่ยวของพวกเขา ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับรู้ และนำไปพัฒนาสินค้าหรือปรับปรุงบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม สภาพเช่นนี้ นักท่องเที่ยวเองจะได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้า แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แนวทางในการให้บริการนักท่องเที่ยว และจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ฯลฯ ถือเป็นความร่วมมือ (Collaboration) ในการร่วมสร้างวิถีท่องเที่ยวท้องถิ่นใหม่ (Co-creation) ระหว่างคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยวในบริบทของการตลาด 4.0” (วรสุวิทย์ โพธิ์สัตย์, 2561) อีกทางหนึ่งด้วย

อย่างไรก็ตาม การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่ท่องเที่ยวรอง กรณีอำเภอภูผาม่านในยุคดิจิทัลนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ย่อมหนีไม่พ้น การใช้ช่องทางการสื่อสารแบรนด์ทั้งลักษณะที่เป็นสื่อออนไลน์และออฟไลน์ สิ่งสำคัญคือ การสื่อสารเนื้อหาสาระ (Contents) ด้วยเรื่องเล่าและวิธีการเล่าเรื่อง ที่สามารถเข้าไปโดนใจและตรงใจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวตัวจริงให้ได้มากที่สุด เพราะว่า “ผู้คนยังคงแสวงหาตัวตนและเรียนรู้ความต้องการ ผ่านประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวอยู่เสมอ แต่ด้วยการเข้าถึงข้อมูลที่ยั่งยืนมากเพียงปลายนิ้ว พวกเขาต้องการมากกว่าแค่ข้อมูลที่ตั้งวันเวลา เปิดปิด และมีอะไรอร่อยให้กิน ไม่มีอะไรจะดึงดูดผู้คนได้มากกว่า เรื่องเล่าที่น่าสนใจ ที่จะเชื่อเชิญให้พวกเขาไปเยือน ด้วยเหตุนี้ การเล่าเรื่อง (Story telling) จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือการสื่อสารสร้างสรรค์ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะขาดเสียมิได้ของการท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่ (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 64) ที่จะทำให้จุดหมายปลายทางเป็นที่รู้จัก อีก

ทั้งยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่และชุมชนผ่านเรื่องเล่า” (MICE Intelligence Team, 2020) ดังที่ วรรณสิงห์ ประเสริฐกุล (2558, น. 15) กล่าวไว้ว่า “เพราะท้ายสุด การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ก็คือ การเล่าเรื่องผ่านทุกอาคาร ทุกเครื่องแต่งกาย ทุกภาพเขียน ทุกชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นของเรา ทุกอนุของทุกท้องถิ่น คือ หนึ่งตัวอักษร ที่รอคอยการประสานเข้าหากัน เป็นหนังสือเล่มหนา รอคอยให้ผู้เดินทางไปได้ค้นพบและเรียนรู้เรื่องราว ที่มีแต่ที่แห่งนั้นเท่านั้น ที่เล่าได้”

บทสรุป

ข้อค้นพบจากการลงมือปฏิบัติสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลัก กรณีศึกษาแบรนด์ภูผาม่านนี้ ไม่มีคำว่า “บังเอิญ” ต้องอาศัยทั้งปัจจัยด้านทุนชุมชน เวลา และการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ความไว้วางใจของชุมชนในพื้นที่และพหุเครือข่ายแล้ว ยังต้องบูรณาการองค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ความคิดสร้างสรรค์ทั้งศาสตร์และศิลป์ด้านการตลาด การสร้างแบรนด์และนิเทศศาสตร์ มาเป็นตัวต่อประกอบสร้างความหมาย (meaning construction) (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 137) ให้เป็นแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยววิถีธรรมชาติที่มีความแตกต่างจากพื้นที่ท่องเที่ยวรองอื่นๆ ดังนั้น การสร้างแบรนด์พื้นที่ จึงต้องเริ่มจากการประเมินทุน (resources) ท้องถิ่น ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ครอบคลุมไปถึงทุนทางธรรมชาติ (natural resources) วัฒนธรรม (cultural resources) และสังคม (social resources) ผ่านกระบวนการสร้างและสื่อสารแบรนด์อย่างมีกลยุทธ์ จะช่วยให้ความเข้าใจเรื่องการสร้างแบรนด์พื้นที่ ก้าวข้ามไปเกินกว่าแค่การออกแบบโลโก้หรือสัญลักษณ์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารการตลาด แต่จะครอบคลุมถึงทุกมิติของกิจกรรม การปฏิสัมพันธ์ และการสื่อสารที่แบรนด์นั้นๆ เชื่อมโยงกับชุมชน นักท่องเที่ยว และสังคมแวดล้อมด้วย (TCDC CONNECT, 2018) ทั้งเป็นเข็มทิศนำทาง พาชุมชนคนภูผาม่านให้พร้อมรับและก้าวผ่านคลื่นความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของผู้มาเยี่ยมเยือนหรือนักท่องเที่ยวยุคใหม่แบบถูกทิศทางอย่างพอแล้วดี ความเป็นภูผาม่านในบริบทนี้ จึงไม่ใช่สินค้าที่สามารถสั่งให้ผลิตได้ ทว่าเกิดขึ้นมาเพื่อเป็นแบรนด์แหล่งท่องเที่ยวตามวิถีธรรมชาติ หากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้าใจตรงกัน กลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่านและแนวปฏิบัติทางการสื่อสารแบรนด์ที่เป็นผลผลิตจากงานวิจัยนี้ จะยังประโยชน์ทั้งการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ให้เป็นสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ที่ถูกเลือกโดยผู้มาเยี่ยมเยือนที่มีคุณภาพ และเป็นเครื่องมือพัฒนาความเข้มแข็งและยั่งยืนเพื่อความอยู่ดีมีสุขของชุมชนในพื้นที่ในท้ายที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) การสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลักครั้งนี้ แม้จะขนานรับกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เรื่องการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองรองและการสร้างจุดหมายปลายทางของพื้นที่ท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ที่ “ต้องเริ่มจากฐานราก นั่นคือ ชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็น เจ้าของทรัพยากร” (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2561) หากพื้นที่อื่นๆ จะนำวิธีการดังกล่าวไปเป็นแนวปฏิบัติเพื่อการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวของตนเองนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรให้ชุมชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในลักษณะ “ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมเรียนรู้” (สำนักสนับสนุนสภาพองค์กรชุมชน, 2559, น.16) ทุกขั้นตอนของกระบวนการสร้างต้นแบบแบรนด์แบบพอแล้วดี สามารถทำโดยจัดประชุมปฏิบัติการระดมความคิดเห็นใน ทุกๆ ขั้นตอน รวมถึงให้โอกาสชุมชน ได้มีสิทธิเลือกว่าท้องถิ่นของตนเองสมควรจะเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวหรือไม่ หากชุมชนไม่ต้องการและยินดีกับสิ่งที่พวกเขามี ก็ไม่ควรพัฒนา เพราะอาจทำให้พื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้นจะล่มสลายในที่สุด เนื่องจากชุมชนถือเป็นด่านแรกที่ผู้มาเยือนจะได้พบปะพูดคุย แต่หากชุมชนในพื้นที่ยินดีต้อนรับการท่องเที่ยว ก็ต้องทราบอีกว่าพื้นที่ของตนเองอยู่ใน “ฐานะ” ใดเป็น “ทางผ่าน” หรือ “จุดหมายปลายทาง” เพราะฐานะทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ย่อมมีแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งยังเป็นระบบรวมทางการท่องเที่ยว (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552, น. 63) ที่ต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น

2) การสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์ภูผาม่าน อยู่ในขั้นของการริเริ่ม ทดลอง และสะสมองค์ความรู้ เหมือนการนำร่องเท่านั้น ควรที่จะมีการศึกษาพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านนี้ต่อไปอย่างลึกซึ้ง จริงจังและต่อเนื่อง เพื่อเป็นต้นแบบให้ชุมชนอื่นๆ มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันต่อไปได้ และเป็นแนวทางปฏิบัติในการริเริ่มหรือการปรับปรุงแก้ไขให้แก่คนในท้องถิ่นหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ต้องการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนหรือท้องถิ่นของตนต่อไป

3) นอกจากอำเภอกุฉินารายณ์ได้มีการจดลิขสิทธิ์โลโก้แบรนด์ภูผาม่านแล้ว ควรมีการจัดทำคู่มือแบรนด์ (Brand Guideline) เพิ่มเติม เนื่องจาก “โลโก้” เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในระบบเอกลักษณ์ของแบรนด์ ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น อำเภอกุฉินารายณ์ เมื่อมีโลโก้ของแบรนด์แล้ว ก็ควรมีการจัดทำคู่มือแบรนด์ ไว้สำหรับเป็นแนวทางการใช้งานในอนาคตและทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ โดยเฉพาะด้านการออกแบบ และการสื่อสารตัวตนแบรนด์ เช่น การกำหนดคำสโลแกนที่จะใช้ การใช้โลโก้ประกอบงาน การออกแบบฉลาก แผ่นพับ ทำได้ก็แบบ ฯลฯ เป็นต้น การมีคู่มือแบรนด์ที่ดีจะช่วยผู้ที่นำไปใช้งาน สามารถคุมแนวคิด อารมณ์ ความรู้สึก (mood & tone) ให้ไปในทิศทางเดียวกันได้ ผู้ที่พบเห็นก็จำได้ว่าเป็นแบรนด์เดียวกัน หากใช้ได้เหมาะสมและสร้างสรรค์ ก็จะช่วยขยายการรับรู้ในแบรนด์ภูผาม่าน ผ่านสินค้าท่องเที่ยวชุมชน และหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ได้อีกทางหนึ่งด้วย โดยชมรมการท่องเที่ยวอำเภอกุฉินารายณ์ ในฐานะศูนย์รวมการท่องเที่ยวภูผาม่าน สามารถติดต่อขอรับคำแนะนำและความร่วมมือได้ที่ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบขอนแก่น (TCDC ขอนแก่น)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการวิจัยประเมินคุณภาพและตรวจสอบสุขภาพแบรนด์ภูผาม่าน (Phu Pha Man Brand assessment and audit) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการวิจัย เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงแบรนด์ภูผาม่าน

2) ควรมีการวิจัยประเด็นการรับรู้เรื่องภาพลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Image) จากมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เพื่อประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวภูผาม่านอีกครั้ง

3) ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเปิดโอกาสให้คนในพื้นที่ได้เสนอและสืบค้นเรื่องเล่าซึ่งสะท้อนตัวตนของแต่ละชุมชนตนเองที่จะนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว เพราะเรื่องเล่าที่เกี่ยวกับแบรนด์ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ นอกจากจะสามารถทำให้แบรนด์มีคุณค่าในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถเป็นตัวช่วยสร้างรายได้และให้ผลตอบแทนกลับคืนสู่ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างภูผาม่านได้ในระยะยาวอีกด้วย

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2561). *ปลูกกระแสเที่ยว เมืองไทย สวยทุกที่ เหนือเวลา ดันรายได้ไทยเที่ยวไทยแตะล้านล้านบาทตามเป้าหมาย*. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/40292>
- จุฑามาศ วิศาลสิงห์. (2555). *โครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ* (รายงานขั้นสุดท้าย). สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-download>.
- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2560). *Marketing Fast Forward พลิกการตลาดในโลกยุคดิจิทัล* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ดับเบิ้ลยู พับลิเคชัน.
- เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2556). การสร้างแบรนด์จากภายในอีกหนึ่งความท้าทายของการบริหารทรัพยากรบุคคล. *Journal of HR intelligence*, 8(2), 86-94.

- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). “USER-GENERATED CONTENT” : ยุคสื่อของผู้ใช้. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://positioningmag.com/58244>.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2561). ททท. วางแผนยุทธศาสตร์ปี”62 ตั้งเป้ารายได้ภาคท่องเที่ยว 3.41 ล้านล้าน. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2561, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-185736>.
- ประโยชน์ ส่งกลิ่น. (2558). การจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่น: กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยว บ้านชะยอม อ. โขงเจียม จ.อุบลราชธานี. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 5(1), 105-117.
- ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์, ญัฐกานต์ แน่พิมาย, เสาวภาคย์ สว่างจันทร์ และพงศ์เทพ แก้วเสถียร. (2562). การพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอตอนล่าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 15(1), 150-166.
- รัชฎาภรณ์ ทองแป้น. (2562). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบ จังหวัดลำปาง. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ปริทัศน์*, 7(2), 46-57.
- วรรณสิงห์ ประเสริฐกุล (2558). เล่าเรื่องให้เป็น = การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. *อพท. Travel*, 1(1), 14-15
- วรสุวิทย์ โพธิ์สัต์. (2561). บริบทและแนวทางการดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวดิจิทัล. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 12(26), 255-269.
- วรณรัตน์ คัทมาตย์. (2562). ส่องวงการ ‘ท่องเที่ยวไทย’ 10 ปีผ่านไป มีอะไรเปลี่ยนบ้าง. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/859178>.
- วีรพงษ์ พวงเล็กและคณะ. (2018). วิธีการสร้างแบรนด์และผลของการสร้างแบรนด์ภายในองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal of Behavioral Science for Development (JBSD)*, 10(1), 105-125.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด. (2562). *ท่องเที่ยวชุมชนสู่ 4.0: ควรเน้นนโยบายอะไร*. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/646794>.
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2551). *สร้างแบรนด์อย่างพอเพียง* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2561). *สร้างแบรนด์อย่างพอแล้วดี*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561, จาก <https://porlaewdeethecreator.com/ebook/?fbclid=IwAR18K7SQcJZ2h6lkdxj1ed9ymKNg73uCfng3KLotD1nMz92BjzkQj89Gwk#p=70>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). (2561). *สกว. หนุนท่องเที่ยวชุมชน – เมืองรองสู่ความยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2561, จาก <https://www.trf.or.th/tourism-and-culture-news/>.
- สำนักสนับสนุนสภาพองค์กรชุมชน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. (2559). *คู่มือการจัดทำแผนพัฒนาชุมชนท้องถิ่น*. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2562, จาก <https://ref.codi.or.th/attachments/article/14957/book-MANUAL-plan180859.pdf>.
- อำเภอภูพาน. (2562). *เอกสารบรรยายสรุปการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอภูพาน*. ขอนแก่น.
- Barisic, P. and others. (2012). The Image and Identity of Croatia as A Tourist Destination: An Exploratory Study. Enterprise Odyssey. In *International Conference Proceedings*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2563, จาก https://www.researchgate.net/publication/339178888_THE_IMAGE_AND_IDENTITY_OF_CROATIA_AS_A_TOURIST_DESTINATION_AN_EXPLORATORY_STUDYlink/5e42d45e458515072d91d9f9/download.
- Bottomline. (2019). *เจาะเทรนด์เที่ยวไทย 2019 เทรนด์ไหนที่โดนใจชาเที่ยว 4.0 ออกแบบวิถีเที่ยวเองได้ “เมืองไทย สวยทุกที่ เเท่ทุกสไตล์”*. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2563, จาก https://bottomlineis.co/Lifestyle_Travel_Trend_2020_TAT_Thailand_UniqueTravellers.

TAT REVIEW. (2561). *Amazing Thailand Go Local*. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2561, จาก www.tatreviewmagazine.com/article/.

TCDC CONNECT. (2018). ดร.ณัฐพล อัสสะรัตน์ ชี้ช่องการสร้างแบรนด์ให้รอดและยั่งยืนในยุค 4.0. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2563, จาก <https://web.tcdc.or.th/en/Articles>.

MICE Intelligence Team. (2020). เรื่องราวจาก “นักเล่าเรื่อง” สู่จุดหมายปลายทางที่เรื่องราวจะพาเราไป. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://intelligence.businesseventsthailand.com/en/blog/story-telling>.

Received: 28-04-2020

Revised: 15-06-2020

Accepted: 30-06-2020

การสื่อสารเพื่อเผยแผ่พุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
Communication for the Buddhism Propagation of the Young Buddhists
Association of Thailand under the Royal (YBAT)

ประกายใจ อรจันทร์¹

Pakaychai Orachan

Pakaychai@gmail.comวิทยาธร ท่อแก้ว²

Wittayatorn Tokeaw

wittayatorn@gmail.comจันทนา ทองประยูร²

Juntana Thongprayul

Chantanatpy@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ เกี่ยวกับ 1) กระบวนการสื่อสาร 2) การบริหารงานการสื่อสาร และ 3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการสังเกต ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนามาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี รวมจำนวน 31 คน ได้แก่ วัตถุประสงค์ 7 คน โยคี 14 คน ผู้บริหารองค์กร 7 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง โดยมีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นการสนทนากลุ่ม และแบบสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย พบว่า 1) กระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้รับสารเห็นหนทางแห่งการดับทุกข์ โดยผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ดีต่อเนื้อหาหลักธรรมและผู้รับสาร เป็นผู้มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้ในเนื้อหาหลักธรรม ความรู้รอบตัว มีทักษะการใช้สื่อ มีประสบการณ์ในการเผยแผ่ ซึ่งเนื้อหาที่เผยแผ่ ได้แก่ วิปัสสนากรรมฐานตามแนวสติปัฏฐานสี่ ตามหลักพระไตรปิฎกเถรวาท และหลักธรรมที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน เผยแผ่ด้วยภาษาที่ไม่เป็นทางการ ไม่ใช่ภาษาบาลี-สันสกฤต จัดเรียงและนำเสนอเนื้อหาเป็นลำดับ ยกตัวอย่างประกอบ และสร้างแรงบันดาลใจ สื่อหลักที่ใช้เผยแผ่ ได้แก่ สื่อบุคคลและสื่อ

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Student in Doctor of Philosophy Program in School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

² สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

กิจกรรม ในส่วนผู้รับสารมีความรู้ในหลักธรรมพื้นฐาน ข้อมูลวิปัสสนาจารย์ สถานปฏิบัติธรรม 2) การบริหารงานการสื่อสาร องค์การมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้ผู้ปฏิบัติธรรมเห็นหนทางการดับทุกข์ ต้องบริหารการเงินโดยลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มรายได้ มีโครงสร้างองค์การแบบแบ่งตามหน้าที่ ให้ความสำคัญกับกิจกรรมการสื่อสาร มีการสั่งการตามลำดับชั้น การคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานยึดหลักความชำนาญและศรัทธา สร้างแรงจูงใจด้วยเงินและศรัทธาต่อภารกิจ ประเมินผลงานทั้งระดับบุคคลและระดับฝ่าย 3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร คือ ต้องพัฒนาผู้ส่งสารที่เป็นวิปัสสนาจารย์ให้มีวาทีศิลป์และอดทนต่อคำวิจารณ์ มุ่งใช้สื่อใหม่ประเภทยูทูบและการสื่อสารผ่านสมาร์ทโฟน ขยายการสร้างเครือข่ายการเผยแผ่กับองค์การที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ต้องพัฒนาการสร้างผู้ทำหน้าที่เผยแผ่ที่เป็นฆราวาส มีการฝึกอบรมผู้ทำหน้าที่เผยแผ่ศาสนาอย่างต่อเนื่อง และต้องสร้างระบบการประเมินผลการเผยแผ่เป็นการเฉพาะ รวมทั้งพัฒนาการบริหารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การสื่อสาร, การเผยแผ่พระพุทธศาสนา, การบริหารงาน, ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย

Abstract

The objectives of this research were to study the Buddhism propagation by the Young Buddhists Association of Thailand under the Royal Patronage (YBAT) in terms of (1) the communication process; 2) communication management; and 3) approaches for developing better communication.

This was a qualitative research using interviews, focus group discussion and observation. The key informants, chosen through purposive sampling, were 31 people with at least 5 years experience in Buddhism propagation, comprising 7 meditation instructors, 14 yogis, 7 administrators of YBAT, and 3 qualified experts. The research instruments were an in-depth interview form, a focus group discussion guideline and an observation form. Data were analyzed by drawing conclusions.

The results showed that 1) **the communication process:** the message senders had the objective of letting the message receivers see and understand the path to extinguishing suffering. They had a good attitude about the content of their message (Dharma or Buddhist sermon) and they were credible. They had good overall knowledge and deep knowledge of the subject matter. They had media usage skills and experience in communicating to a wide audience. The messages communicated were about Vipassana (insight) meditation following the Four Foundations of Mindfulness according to the Theravada Tripitaka and other practical Dharma applications for everyday life. The messages were communicated in informal language rather than using the ancient Pali and Sanskrit languages. The content was presented in an orderly and organized manner with examples, and the teachers tried to create inspiration. The main media used for communication consisted of personal media and activities. The message receivers already had some knowledge of basic Buddhist principles, the meditation instructors and the meditation center. 2) **Communication management:** YBAT had a mission of teaching about Buddhism and helping people see the path to end suffering. The organization had to manage its finances to reduce costs and increase income. The organizational structure was based on functions with a hierarchical line of command and the priority was on communication activities. Workers were recruited based on expertise and faith. Incentives were both financial and spiritual rewards. Work evaluations were done of individuals and divisions. 3) **Approaches for developing better communication:** meditation instructors could receive more training on oratory skills and how to deal with criticism. The organization could use more new media such as Youtube and smartphone applications. YBAT could continue network building and teach more to related organizations in Thailand and other countries. Lay people could be developed to be Dharma teachers as adjuncts to the monks. Continuous training could be provided for Buddhism teachers. A new evaluation system should be designed to specifically evaluate the results of Buddhist teaching. Management could be made more efficient.

Keywords: communication, Buddhism propagation, management, Young Buddhists Association of Thailand under the Royal (YBAT)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารมีบทบาทหน้าที่ตามจริยธรรมในการช่วยธำรงรักษาเผยแผ่หรือพัฒนาเนื้อหาของจริยธรรม ไม่ว่าจะเป็นคำสอนทางศาสนาหรือคุณธรรมประจำชาติ (สมควร กวียะ, 2546) นับตั้งแต่พระพุทธศาสนาได้อุบัติขึ้นเพื่อประโยชน์สุขแก่มวลมนุษยโลกมากกว่า 2500 ปี ได้ใช้การสื่อสารมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยตลอด สำหรับประเทศไทยมีหลักฐานว่าพระพุทธศาสนาเข้ามาสู่ประเทศไทยก่อน พ.ศ. ๕๐๐ โดยเข้าสู่ดินแดนที่ในสมัยนั้นเรียกว่าสุวรรณภูมิ ในปัจจุบันคือเนื้อที่ของประเทศไทย โดยมีคณะของพระโสณะและพระอุตตระที่พระเจ้าอโศกมหาราชดำริให้เดินทางมาเผยแผ่พระพุทธศาสนาในดินแดนแห่งนี้ พระพุทธศาสนายุคแรกที่เข้าสู่ดินแดนสุวรรณภูมิเป็นพุทธศาสนาเถรวาทอย่างที่ว่าพระเจ้าอโศกมหาราชและชาวแคว้นมคธนับถือ โดยสันนิษฐานกันว่าแห่งแรกที่พระพุทธศาสนาเข้ามาประดิษฐาน คือตอนใต้ของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาในเนื้อที่จังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี กาญจนบุรี และราชบุรี (แก้ว ขิดตะขบ, 2553)

หลังจากนั้นพระพุทธศาสนาได้ลงหลักปักฐานเป็นสถาบันหลักของไทย เป็นแหล่งกำเนิดทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต มีอิทธิพลต่อความคิด พฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่อดีตกาล จึงกล่าวได้ว่าพระพุทธศาสนาเป็นส่วนหนึ่งในการก่อรูประบอบสังคมไทย และเป็นมรดกสำคัญของชาติไทย (พระมหาทองสุข สุภโร (แสงดาว), 2545) หัวใจหลักแห่งพระพุทธศาสนาคือพระไตรปิฎกอันเป็นหลักธรรมคำสอน เพื่อมุ่งให้คนทำความดี ละเว้นความชั่ว และทำจิตใจให้ผ่องแผ้ว ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาดิน พัฒนาชุมชน และบูรณาการทางสังคม ให้สังคมสงบร่มเย็น ไม่เกิดความวุ่นวาย (คุณ โทษณ์, 2545; พระมหาทองสุข สุภโร (แสงดาว), 2545; สุนัย เศรษฐบุญสร้าง, 2533; ดนัย วงศ์วัฒนชัย, 2554) จึงกล่าวได้ว่าหลักธรรมคำสอนเป็นทุนทางสังคมของประเทศไทยที่มีคุณค่ามหาศาล การส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าถึง จึงเป็นการใช้ทุนทางสังคมเพื่อพัฒนาทั้งคุณภาพสังคมและคุณภาพคน ทั้งในทางพฤติกรรม จิตใจ และปัญญา (พระสมุห์สุนทร อภิชาติ (ศรีทา), 2547)

ทั้งนี้ การเผยแผ่พระพุทธศาสนาจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อนำพาเนื้อหาหลักธรรมไปสู่ประชาชน โดยอดีตที่ผ่านมาการเผยแผ่พระพุทธศาสนามีพระสงฆ์เป็นผู้ส่งสารหลัก มีวัดเป็นศูนย์กลางในการเผยแผ่ แต่ปัจจุบันภายใต้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจที่แข่งขันกันอย่างรุนแรง ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนโดยภาพรวมมีชีวิตความเป็นอยู่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีเวลาน้อยลงและสนใจทำกิจกรรมอื่นมากกว่าการไหว้พระสวดมนต์หรือประกอบกิจกรรมทางศาสนา บ้านกับวัดเริ่มห่างกัน จึงทำให้คนมีความผูกพันกับวัดน้อยลง (ชยพล พงษ์สีดา, สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2563) แม้การทำงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาจะปรับตัวเชิงรุก ผ่านรูปแบบการเผยแผ่ที่หลากหลาย แต่แนวโน้มในอนาคตไม่อาจประเมินได้ว่าจะครอบคลุมและเพียงพอ ส่วนหนึ่งมาจากปัจจุบันองค์กรสงฆ์ซึ่งเป็นเสาหลักในการเผยแผ่พระพุทธศาสนามีจำนวนพระภิกษุสามเณรลดลงอย่างมาก จากปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 358,167 รูป ในปี 2562 เหลือเพียง 252,851 รูป (กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักงานเลขาธิการกรม สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2560; มหาเถรสมาคม, 2562) ทำให้ทุกภาคส่วนต้องตระหนักและร่วมมือกันมุ่งมั่นเผยแผ่พระพุทธศาสนาอย่างเข้มข้น ดังที่พระพุทธเจ้ากล่าวว่าการดูแลพระพุทธศาสนาเป็นของพุทธบริษัท 4 ได้แก่ ภิกษุ คือนักบวชชาย ภิกษุณี คือนักบวชหญิง อุบาสก คือ ผู้นับถือพระพุทธศาสนาชายที่ไม่ใช่พระภิกษุ และอุบาสิกา คือ ผู้นับถือพระพุทธศาสนาหญิงที่ไม่ใช่พระภิกษุณี เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลรักษาสืบทอดพระพุทธศาสนาต่อไป (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) ทุกภาคส่วนจึงต้องมีส่วนร่วมในการทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนาให้ดำรงอยู่

เช่นเดียวกับยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นสถานปฏิบัติธรรมอีกหนึ่งพื้นที่ ที่ถือเป็นขุมกำลังสำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา จัดตั้งในนามสมาคม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 ด้วยความมุ่งมั่นในการเผยแผ่หลักธรรมคำสั่งสอนขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และดูแลชีวิตผู้คนตั้งแต่วัยเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ จนถึงผู้สูงอายุ และในปี พ.ศ. 2503 ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช รัชกาลที่ 9 พระบรมราชูปถัมภ์ ในนามยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์,

2560) การดำเนินงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉลี่ยจะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 4,000-5,000 คนต่อสัปดาห์ (วิชิต เทียงธรรม, สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2561) ตลอดทั้งปีมีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเผยแผ่พระพุทธศาสนาขององค์การเป็นจำนวนมาก เช่น ในปีพ.ศ. 2558 จำนวน 40,237 คน พ.ศ. 2559 จำนวน 40,317 คน พ.ศ. 2560 44,187 คน พ.ศ. 2561 จำนวน 40,202 คน และปี พ.ศ. 2562 จำนวน 42,097 คน (มหาเถรสมาคม, 2562) ทำให้ปัจจุบันได้ขยายศูนย์สาขาเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมอีก 4 ศูนย์ จึงกล่าวได้ว่าทั้งจำนวนผู้เข้าร่วม ระยะเวลาการดำรงอยู่ และการเติบโตของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ บ่งชี้ถึงความสำเร็จในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ดังนั้น เพื่อเป็นการรักษาสถาบันความรู้ด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนา การถอดบทเรียนการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยจึงเป็นสิ่งที่พึงกระทำ

ทำให้ผู้วิจัยสนใจว่ายุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีกระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาอย่างไร และสนใจศึกษาการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ว่าเป็นอย่างไร รวมถึงสนใจที่จะหาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาว่าเป็นอย่างใด ดังนั้น บทความวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงนำเสนอกระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พุทธศาสนาและการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ รวมถึงเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา เพื่อเป็นการขยายองค์ความรู้ทางการสื่อสารกับศาสนา และสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาการเผยแผ่พระพุทธศาสนาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
2. เพื่อศึกษาการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

นิยามศัพท์

การสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา หมายถึง การกำหนดการดำเนินการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประกอบด้วย กระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา และการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

กระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดเนื้อหาหลักธรรมในพระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

การบริหารงานการเผยแผ่พุทธศาสนา หมายถึง กระบวนการดำเนินการเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประกอบด้วย การวางแผนเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา การจัดองค์การเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา การจัดการบุคลากรเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา การสั่งการเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา และการควบคุมและติดตามเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา หมายถึง แนวทางการกำหนดการดำเนินการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่เหมาะสม ประกอบด้วย กระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา และการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ หมายถึง สถานที่ปฏิบัติธรรมที่จดทะเบียนในรูปแบบสมาคม มีทั้งสิ้น 5 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์ 1 เพชรเกษม 54 ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธา เฉลิมพระเกียรติ จ.ปทุมธานี (ศูนย์ 2) ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธา สวนประไพธรรม จ.ชุมพร (ศูนย์ 3) ศูนย์วิปัสสนายุวพุทธา เขมรังสี จ.พระนครศรีอยุธยา (ศูนย์ 4) และศูนย์วิปัสสนายุวพุทธา เกียรติภักดีกุล จ.ระยอง (ศูนย์ 5)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาจะได้แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา เป็นการขยายองค์ความรู้ทางการสื่อสารกับศาสนา
2. ผลการศึกษาที่ได้กรมการศาสนา วัด สถานปฏิบัติธรรม สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้นำที่เผยแผ่พระพุทธศาสนา ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ผลการศึกษาที่ได้ วัด สถานปฏิบัติธรรม สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
4. ผลการศึกษาที่ได้ วัด สถานปฏิบัติธรรม สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการสังเกต (Observation) ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนามาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี รวมจำนวน 31 คน ได้แก่ วิปัสสนาจารย์ 7 คน โยคี 14 คน ผู้บริหารองค์กร 7 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน โดยมีวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposefully Selected) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีโครงสร้างคำถาม สำหรับกลุ่มวิปัสสนาจารย์และกลุ่มผู้รับสาร ในการศึกษาประเด็นกระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ กลุ่มผู้บริหารองค์กร ในการศึกษาประเด็นการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ในการศึกษาประเด็นกระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาและการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา แบบสังเกต สำหรับใช้ในการบันทึกกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประเด็นการสนทนากลุ่ม สำหรับกลุ่มผู้รับสาร ในการศึกษาประเด็นความต้องการ แรงจูงใจ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่สร้างขึ้นในเบื้องต้นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษา หลังจากนั้นปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และให้ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปนัย (Analytic Induction) ด้วยการตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรม การวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบ และการตีความเชิงพรรณนา เพื่อหาข้อสรุป ซึ่งประยุกต์กระบวนการวิเคราะห์แบบขั้นบันไดของการ์เนย์ (Garney, 1990 อ้างถึงใน Miles & Huberman (1994) มาใช้เป็นแนวทางโดยกำหนดประเด็นการศึกษาและจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา และทำการวิเคราะห์ตีความตามกรอบตัวแปร หลังจากนั้นนำเสนอสาระและแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์และความแตกต่างของสาระข้อมูล และทำการตรวจสอบ วิเคราะห์ ลดทอนข้อมูล ดำเนินการการสังเคราะห์ข้อมูลตามกรอบการวิจัย เพื่อสร้างข้อสรุป ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยวิธีต่างๆ ในด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มามีความเหมือนกันหรือตรงกันหรือไม่ จากผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก และผู้เกี่ยวข้อง ทั้งในเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาและการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่ง

ประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ซึ่งหากข้อมูลที่ได้มาถูกต้องตรงกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มาจึงมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และในด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยวิธีการสังเกตควบคู่กับการสัมภาษณ์ประกอบกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 พบว่า ผู้ส่งสารในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการให้ผู้รับสารได้รู้จักเห็นแจ้งในเรื่องทุกขและหนทางดับทุกข์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้รับสารให้ดีขึ้น และเพื่อต้องการพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาหลักธรรมสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยผู้ส่งสารมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาหลักธรรมเกี่ยวกับหลักวิปัสสนากรรมฐานตามแนวสติปัฏฐาน 4 ตามหลักพระไตรปิฎกเถรวาท หลักโพชชงค์ 7 หลักอริยสัจ 4 และเนื้อหาหลักธรรมเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติธรรม การวิเคราะห์ผู้รับสาร การใช้สื่อออนไลน์ และมีความรู้รอบตัวต่างๆ มีทัศนคติเชิงบวกต่อตนเอง ต่อเนื้อหาหลักธรรม ต่อผู้รับสาร ผู้ส่งสารยังเป็นผู้มีทักษะการพูด มีทักษะการฟังร่วมกับทักษะการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผล มีการใช้น้ำเสียงที่ไพเราะเยือกเย็น สีสหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส สอดคล้องกับผู้รับสาร แสดงกริยาท่าทางสอดคล้องกับเรื่องที่พูด มีประสบการณ์ตรงในการนำหลักธรรมไปใช้ในการแก้ไขปัญหา และประสบการณ์ทางอ้อม โดยอ่านหนังสือธรรมะ ดุยภูม และฝึกอบรม ผู้ส่งสารสร้างความน่าเชื่อถือจากความเมตตา การแต่งกายที่สุภาพเหมาะสม มีบุคลิกภาพดี สำหรับพระสงฆ์ต้องอยู่ในกรอบพระวินัย ผู้ส่งสารมุ่งเผยแผ่ประเด็นเนื้อหาหลักวิปัสสนากรรมฐานตามแนวสติปัฏฐาน 4 ตามหลักพระไตรปิฎกเถรวาท และหลักธรรมที่นำไปเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตประจำวันได้ มีวิธีการเผยแผ่ด้วยภาษาที่ไม่เป็นทางการ ไม่ใช่ภาษาบาลี-สันสกฤต จัดเรียงเนื้อหาและดำเนินการเผยแผ่เป็นลำดับขั้นตอน ยกอุทาหรณ์จากประสบการณ์ตนเอง ใช้สื่อประกอบ ยกตัวอย่างจากเรื่องใกล้ตัว สร้างแรงบันดาลใจ ให้ปฏิบัติจริง สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการสอบถาม สำหรับสื่อที่ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ประกอบด้วย 1) สื่อหลัก ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม 2) สื่อรอง ได้แก่ สื่อเว็บไซต์ สื่อยูทูบ สื่อเฟซบุ๊ก และ 3) สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สื่อซีดี หนังสือธรรมะ แผ่นพับ ใบปลิว และสำหรับผู้รับสารในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีจุดมุ่งหมายการรับสารเพื่อตอบข้อสงสัยในประโยชน์ของหลักธรรม เพื่อให้มีสติ เพื่อต้องการพ้นทุกข์ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจแก้ไขปัญหาและการดำเนินชีวิต มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเนื้อหาหลักธรรมวิปัสสนาจารย์ และสถานปฏิบัติธรรม มีทัศนคติเชิงบวกต่อตนเอง ต่อเนื้อหาหลักธรรม และต่อผู้ส่งสาร มีทักษะการฟัง การคิดวิเคราะห์ การอ่าน การพูด และการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามผู้รับสารบางคนมีมุมมองว่าไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในเนื้อหาหลักธรรมมาก่อน แต่ต้องสนใจและศรัทธาในพระพุทธศาสนา นอกจากนี้ผู้รับสารยังต้องการให้เผยแผ่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อบุคคล สื่อยูทูบ เว็บไซต์ โลก และสื่อกิจกรรม โดยต้องการให้เผยแผ่เนื้อหาหลักธรรมที่ถูกต้องตามหลักพระไตรปิฎกเถรวาท เนื้อหาหลักธรรมเกี่ยวกับพระอภิธรรม หนทางแห่งการดับทุกข์ และแนวทางการดำเนินชีวิตประจำวัน ต้องการให้เผยแผ่ด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ใช่ภาษาบาลี-สันสกฤต สร้างการมีส่วนร่วม บรรจุเนื้อหาหลักธรรมในหลักสูตรการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับประถมศึกษา และใช้สื่อประกอบ ผู้รับสารมีแรงจูงใจภายในสำหรับที่ทำให้เข้าร่วมกิจกรรมกับยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้แก่ ศรัทธาต่อวิปัสสนาจารย์ ต้องการบรรลุนิพาน ต้องการแก้ไขปัญหา และต้องการคลายความทุกข์ และแรงจูงใจภายนอก ได้แก่ สถานที่สัปปายะ มีโครงการให้เลือกหลากหลาย หลักสูตรที่ดี บุคลากรบริการดี ครอบคลุมทั่วทุกชั้น นอกจากนี้ผู้รับสารยังมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อยูทูบ เฟซบุ๊ก โลก ของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยเปิดรับรายการประเภทบรรยายธรรม ระยะเวลาการเปิดรับประมาณ 1 ชม. เปิดรับในช่วงเช้า ช่วงเวลาทำงานบ้าน ขณะขับรถ และก่อนนอน ลักษณะแบบเปิดเป็นเพื่อน โดยจะเปิดรับขณะอยู่คนเดียว และหากมีเวลาว่างจะเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ประมาณ 2-3 วัน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 พบว่ายุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาในรูปแบบคณะกรรมการบริหาร วางแผนอย่างเป็นระบบ มีวิธีการวางแผนจากบนลงล่าง โดยคณะกรรมการบริหารเป็นผู้ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจ องค์การมีวัตถุประสงค์ 2 ด้าน คือ 1) ต้องการจำนวนผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้น 2) ต้องการรายได้เพิ่มขึ้นและลดค่าใช้จ่าย วิสัยทัศน์และพันธกิจมุ่งเน้นการเป็นองค์การทางพระพุทธศาสนาที่มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และการเป็นผู้นำในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาตามหลักวิปัสสนากรรมฐานตามแนวสติปัฏฐาน 4 ตามหลักพระไตรปิฎกเถรวาท มีกลยุทธ์การบริหารงานแบบมุ่งสร้างการเติบโต มีการสั่งการ ตามลำดับชั้นการบังคับบัญชา เป็นการสั่งการจากบนลงล่าง เน้นการสื่อสารทางเดียว ทำให้คำสั่งต่างๆ มีความถูกต้อง ชัดเจน และรวดเร็ว รูปแบบการสั่งการมีทั้งเป็นลายลักษณ์อักษร และไม่เป็นลายลักษณ์อักษร มีการบริหารงานแบบรวมอำนาจ ตามสายการบังคับบัญชา โดยแต่ละฝ่ายงานกำหนดหน้าที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับกลุ่มงานวิชาการ และกลุ่มงานการประชาสัมพันธ์ มีแผนงานบุคคลอย่างเป็นรูปธรรม โดยวางแผนจากล่างขึ้นบน กำหนดแนวทางการวางแผนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์องค์การ สำหรับแผนงานบุคคลปี พ.ศ. 2560 -2561 ได้กำหนดเป้าหมายให้บุคลากรมีจิตบริการ และมุ่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ปัจจุบันมีบุคลากรทั้ง 5 ศูนย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 120 คน ซึ่งถือว่าเพียงพอต่อการทำงาน เพราะมีจิตอาสาจากภายนอกเข้ามาช่วยงานองค์การอยู่เป็นประจำ การสรรหาบุคลากรมีการจัดตั้งคณะกรรมการสรรหา ดำเนินการประกาศรับสมัครทางเว็บไซต์องค์การ เว็บไซต์จัดหางาน โลก (Line) กลุ่มสมาชิก และแบบปากต่อปากจากบุคลากรและสมาชิก ทำให้มีบุคคลเข้ามาสมัครงาน 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มบุคคลที่มีความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาและศรัทธาในองค์กร และ 2) กลุ่มบุคคลที่ต้องการทำงาน องค์การใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากความรู้ความสามารถตามตำแหน่งงาน และเกณฑ์ความศรัทธาในพระพุทธศาสนาหรือศรัทธาในองค์การ ทำให้บุคคลที่เข้ามาทำงานกับองค์การจึงมีทั้งกลุ่มที่มีความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาหรือศรัทธาต่อองค์กร และกลุ่มที่มีความรู้ความสามารถตามตำแหน่งงาน องค์การมีการปฐมนิเทศแบบไม่เป็นทางการ สอนงานระบบที่เลี้ยงสร้างแรงจูงใจที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ เงินเดือน โบนัส โอที และแรงจูงใจที่ไม่ใช่ตัวเงิน ได้แก่ การสร้างความศรัทธาในพระพุทธศาสนาและศรัทธาในการกิจ สร้างบรรยากาศการทำงานแบบครอบครัว ให้โอกาสแก่บุคลากร และยกย่องชมเชย การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่มีความศรัทธาแต่ไม่มีทักษะ และ 2) กลุ่มที่มีทักษะอยู่แล้ว ใช้การฝึกอบรมในขณะทำงาน ด้วยการเป็นลูกมือกับเพื่อนร่วมงานที่มีทักษะสูง ร่วมกับการฝึกอบรมและพัฒนานอกเวลาการทำงาน องค์การประเมินผลการดำเนินงานบุคลากรปีละ 1 ครั้ง และทำการประเมินผลการดำเนินงานแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับฝ่าย 2) ระดับบุคลากร

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 พบว่า แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ด้านผู้ส่งสารต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในเนื้อหาหลักธรรมอย่างถ่องแท้ มีความสามารถในการวิเคราะห์ผู้รับสารและวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม สามารถอธิบายเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีเหตุมีผลประกอบการอธิบาย เป็นผู้มีความอดทนอดกลั้นต่อคำวิพากษ์วิจารณ์ และต้องปฏิบัติตนให้น่าเคารพศรัทธา ด้านเนื้อหาหลักธรรม ควรเผยแผ่หลักธรรมที่เป็นเรื่องใกล้ตัวผู้รับสาร สอดคล้องกับยุคสมัย และหลักธรรมเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจ สำหรับวิธีการเผยแผ่ผู้ส่งสารควรอธิบายให้ชัดเจนด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่บิดเบือน ไม่ควรตลกเกินพอดี และเนื้อหาหลักธรรมเดียวกันควรใช้วิธีการเผยแผ่หลายรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารได้หลากหลาย สื่อที่ควรใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ได้แก่ สื่อกิจกรรม สื่อสารโทร โน สื่อโทรทัศน์ และสื่อเฉพาะกิจรูปแบบใหม่ ด้านผู้รับสารควรต้องมีทักษะในการคิดวิเคราะห์ว่าคำสอนใดเป็นหลักธรรมคำสอนใดเป็นสิ่งที่ชวนเชื่อ และสามารถนำหลักธรรมไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ควรต้องเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับหลักธรรมพื้นฐาน และควรมีความศรัทธาในพระพุทธศาสนามาก่อน สำหรับแนวทางการพัฒนาการบริหารงานเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้านการวางแผน ผู้บริหารงานต้องมีความสามารถในการบริหารงาน ควรบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการที่มีทั้งบรรพชิตและฆราวาส มีเป้าหมายชัดเจน และแผนควรอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องในหลักธรรมและวิธีการเผยแผ่ ควรสร้างเครือข่ายการเผยแผ่ทั้งในและต่างประเทศ สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายทั้งอุบาสก อุบาสิกา ภิกษุ และภิกษุณี และต้องมีแผนการจัดการการเงินที่ดี มี

ลักษณะบุญกิจ กล่าวคือการจัดทำงบประมาณแต่พอสมควรกับค่าใช้จ่าย ไม่มุ่งธุรกิจจนเกินพอดี ด้านการจัดองค์การ ควรแบ่งงานออกเป็นฝ่าย กำหนดหน้าที่ชัดเจน และควรมีส่วนงานฝ่ายวิชาการ ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการเงิน ฝ่ายประสานงาน ฝ่ายการจัดการความรู้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และฝ่ายประเมินผล ด้านการจัดหาบุคลากร ต้องมีกระบวนการสรรหาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ มีหลักเกณฑ์การสรรหาที่ชัดเจน และควรสรรหาบุคลากรจากภายนอกองค์การ ด้วยการทดสอบความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาหลักสูตร ควรเลือกบุคคลที่ชื่นชอบการเผยแผ่และมีทัศนคติเชิงบวกต่อพระพุทธศาสนา ต้องมีการฝึกอบรมบุคลากรในการดำเนินงานการเผยแผ่ทั้งหลักวิชาการและหลักปฏิบัติ โดยเฉพาะพระสงฆ์ต้องอบรมเกี่ยวกับพระวินัยและพุทธประวัติ ควรสร้างการมีส่วนร่วมในการทำงาน สร้างความเข้าใจให้เห็นถึงความสำคัญในการบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวม ควรให้รางวัลและคำชมเชย ด้านการสั่งการ ควรสั่งการจากล่างขึ้นบน มีรูปแบบการสั่งการทั้งแบบลายลักษณ์อักษรและไม่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งต้องมีความชัดเจน และด้านการติดตามและควบคุม ควรสร้างระบบการประเมินผลการดำเนินงานขึ้นมาเป็นการเฉพาะ มีการประเมินผลด้านการดำเนินงาน ด้านพฤติกรรมส่วนตัว และด้านการใช้ทรัพยากรขององค์การ และควรทำการประเมินผลการดำเนินงานในทุกกิจกรรม และทำบ่อยครั้ง

อภิปรายผล

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำประเด็นมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

จากผลการศึกษาพบว่าวิปัสสนาจารย์ซึ่งเป็นผู้ส่งสารหลักในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สร้างความน่าเชื่อถือมาจากความเมตตา การแต่งกายที่สุภาพเหมาะสม การมีบุคลิกภาพที่สละสลวย โดยเฉพาะพระสงฆ์ต้องอยู่ในกรอบของพระวินัย ซึ่งสอดคล้องตามที่พุทธพจน์ของพระพุทธเจ้าได้ตรัสสอนให้พระภิกษุพุทธสาวกต้องพยายามฝึกฝนพัฒนาตนให้ก้าวถึงจุดสูงสุดคือสำเร็จเป็นพระอรหันต์ผู้มีความบริสุทธิ์เป็นยอดภิกษุในพระพุทธศาสนา เหมาะสมต่อการเคารพนบไหว้สักการบูชาของชาวบ้าน และเป็นเนืองนาบุญที่ยอดเยี่ยมของชาวโลก (แก้ว ชิตตะขบ, 2553) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริโรจน์ นามเสนา (2558) ที่พบว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนานั้น พระสงฆ์ต้องยึดหลักพระธรรมวินัยเป็นหลัก ต้องมีศีลาจารวัตรที่ดีงาม เป็นที่เจริญศรัทธา ปสาทะของพุทธศาสนิกชน เป็นผู้ถึงพร้อมด้วยวิชาและจรณะต้องถึงพร้อมด้วยความรู้ ทั้งทางธรรมและทางโลกเป็นอย่างดี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพระนัฐวุฒิ สิริจิต (ศรีจันทร์) (2561) ที่พบว่าคุณสมบัตินักเผยแผ่ที่พึงประสงค์ควรเป็นผู้ทรงศีล นำยาก योगเป็นแบบอย่างที่ดี ยึดโอวาทปาติโกข์เป็นหลัก มีความเชี่ยวชาญในหลักธรรมภาษา มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีประสบการณ์ มีอุดมคติ มีความประพฤติดี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเผยแผ่พระพุทธศาสนานั้น ความศรัทธาก่อให้เกิดความเคารพและความน่าเชื่อถือ เมื่อผู้รับสารศรัทธาในผู้ส่งสารจะทำให้เชื่อในคำสั่งสอน และมีแรงจูงใจที่จะเข้ามาศึกษาธรรม

2. สื่อที่ใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา

จากผลการศึกษาพบว่า สื่อเว็บไซต์ สื่อยูทูบ สื่อเฟซบุ๊ก เป็นกลุ่มสื่อรองที่ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชลพรรณรัตน์ ดิษบรรจง (2558) ที่พบว่าการเผยแผ่ธรรมะยุคปัจจุบันพระสงฆ์ไทยเผยแผ่ธรรมะด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ ซีดี ดีวีดี วีซีดี วิดีโอกระจายเสียง วิดีโอโทรทัศน์ และโทรศัพท์มือถือ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพระมหาศุภชัยศรีคุณคุณปณฺโญ พระครูโสมสิริวัฒนานุกูล และสวสดี อโณทัย (2561) ที่พบว่ารูปแบบและองค์ความรู้ใหม่จากพุทธวิธีการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในคัมภีร์อรรถกถา คือ การใช้สื่อให้ทันกับกระแสโลก ซึ่งเป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ต้นทุนการดำเนินงานต่ำ และตอบสนองการบริการให้กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในปัจจุบันประเทศไทยมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้คนไทยสามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ประกอบกับลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่ง สุรสิทธิ์ วิฑารัฐ (2544) ได้อธิบายว่าเป็นสื่อที่ไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง พื้นที่ และเวลา ใน

การให้ข้อมูลข่าวสาร ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา และสามารถเลือกเปิดรับได้ตามความสนใจของตนเอง ขณะที่องค์การทางพระพุทธศาสนาเองก็ได้มีการปรับตัวในใช้สื่อเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยให้ความสำคัญกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแผ่พระพุทธศานามากขึ้น เช่น ยูทูบ เฟสบุ๊ค เป็นต้น

3. การจัดองค์การเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

จากผลการศึกษาพบว่าการจัดองค์การของยุวพุทธสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีลักษณะโครงสร้างองค์การแบบแบ่งตามหน้าที่ โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของพระณพวร โทวาท (2560) ที่พบว่าการบริหารจัดการเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของศูนย์เผยแผ่พระพุทธศาสนาประจำจังหวัดในประเทศไทย ด้านการจัดองค์กรต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคลากรให้ชัดเจน มีแบบโครงสร้างองค์กร มีเป้าหมาย นโยบายและแผนการดำเนินงานแต่ละฝ่ายกำหนดหน้าที่ชัดเจน ซึ่งฐานา ปิ่นไพศาล (2559) ได้อธิบายว่าการจัดโครงสร้างองค์การแบบแบ่งตามหน้าที่ (Functional Structure) เป็นการจัดโครงสร้างองค์การที่อยู่บนพื้นฐานการรวมกลุ่มงานที่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งด้านความถนัด ความชำนาญและทรัพยากร และความชำนาญพิเศษต่างๆ ไปด้วยกัน ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดและลดความซ้ำซ้อนในการใช้คนและอุปกรณ์ในการทำงาน บุคลากรมีความรู้สึกระส่ำระสายในการทำงาน เพราะสามารถพูดภาษาเดียวกัน มีความเข้าใจกัน การตัดสินใจในการทำงานในการรวมอำนาจในการตัดสินใจจากผู้บริหารระดับสูง แต่ละแผนกจะมีการติดต่อสื่อสารและการประสานงานได้ดี

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจในเรื่องการจูงใจบุคลากร พบว่ายุวพุทธสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีการจูงใจด้วยการสร้างศรัทธาในพระพุทธศาสนาและศรัทธาต่อภารกิจ เช่น มีการสวดมนต์ร่วมกันทุกเช้าก่อนเข้าทำงาน การช่วยกันทำงานโดยไม่ได้ทำเฉพาะหน้าที่ของตน เป็นต้น ทำให้บุคลากรมีอัตราการลาออกต่ำ

3. แนวทางการพัฒนาด้านวิธีการเผยแผ่พระพุทธศาสนา

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ส่งสารต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในเนื้อหาหลักธรรมอย่างถ่องแท้ มีความสามารถในการวิเคราะห์ผู้รับสารและวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม สามารถอธิบายเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีเหตุผลมีผลประกอบการอธิบาย เป็นผู้มีความอดทนอดกลั้นต่อคำวิพากษ์วิจารณ์ และควรดำเนินการเผยแผ่เนื้อหาหลักธรรมเดียวกันแต่ใช้หลายรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการสอนของพระพุทธเจ้า (แก้ว ชิตตะชบ, 2553) ตามพุทธลีลาวิเทศนาด้วยการชี้แจงให้เห็นชัด เมื่อพระองค์จะทรงสอนอะไร ก็ทรงชี้แจงจำแนกแยกแยะอธิบายและแสดงเหตุผลให้ชัดเจน จนผู้ฟังเข้าใจแจ่มแจ้ง รู้เรื่องราวที่พระองค์ทรงแสดงเหมือนจูงมือไปดูให้เห็นประจักษ์กับตา ทำให้ผู้รับสารเผยแผ่เกิดความประทับใจเพราะตามปกติแล้วจะเป็นใครก็ตาม เมื่อสามารถพูดให้คนอื่นรู้เรื่องในบางกรณีได้ ก็จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้ฟังว่า ผู้พูดผู้สอนมีความรู้ในเรื่องที่พูดที่สอนจริง เป็นเหตุให้เกิดความเคารพความเชื่อถือได้โดยง่าย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์ชล เทพรังศิริกุล (2553) ที่พบว่าการสร้างสารที่ใช้ในการเผยแผ่หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาของแม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด กับพระมหาสมปอง ตาลปุตโต ทั้งสองท่านมีการสร้างสารให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้ภาษาที่ง่าย ร่วมสมัย การเล่าเรื่อง การยกตัวอย่างบุคคลสำคัญ

4. แนวทางการพัฒนาการบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

จากผลการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาการวางแผนบริหารงานเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาควรต้องมีแผนการจัดการการเงินที่ดี มีลักษณะบุญกิจ กล่าวคือการจัดหางบประมาณแต่พอสมควรกับค่าใช้จ่าย ไม่มุ่งธุรกิจจนเกินพอดี สอดคล้องกับณัฐสิทธิ์ วงศ์ตลาด พระครูคัมภีร์ญาณ และเอกฉัตร จารุเมธีชน (2560) ที่พบว่าควรมีการบริหารงบประมาณ โดยยึดหลักพระธรรมวินัย มีระเบียบ ระบบ ความมีน้ำใจไมตรี และความรักสามัคคี โปร่งใส ตรวจสอบได้ และให้ความรู้แก่สำนักปฏิบัติธรรมเกี่ยวกับเรื่องการจัดตั้ง การหาทุน และเรื่องบัญชีรายรับ-รายจ่าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะองค์การด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร แหล่งทุนส่วนใหญ่มาจากการบริจาคเป็นหลัก ทำให้มีรายได้ไม่แน่นอน แต่ขณะเดียวกันก็มีค่าดำเนินการต่างๆ องค์การจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพ เพราะ

หากมุ่งเน้นเรื่องการบริจาคจะทำให้ภาพลักษณ์องค์กรเสียหายได้ เช่น ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีการจัดหารายได้ด้วยการเชิญชวนผู้สนใจและองค์กรต่างๆ เข้ามาร่วมเป็นเจ้าภาพในกิจกรรมโครงการต่างๆ เช่น โครงการวิปัสสนาเยาวชน โดยมีค่าใช้จ่าย คือ เจ้าภาพอุปถัมภ์ตลอดโครงการ 30,000 บาท เจ้าภาพอาหารตลอดโครงการ 10,000 บาท ขนม ผลไม้ และไอศกรีม 3,000 บาท นมกล่อง น้ำปานะ 3,000 บาท เป็นต้น

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่าองค์กรเผยแผ่พระพุทธศาสนา ควรสร้างเครื่องมือการประเมินขึ้นมา โดยเฉพาะ เนื่องจากการดำเนินงานของมีลักษณะงานเฉพาะ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการดำเนินงานในองค์กรเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา มีวัตถุประสงค์ทั้งการมีรายได้ และการสร้างความศรัทธาควบคู่กันไป จึงทำให้การกำหนดเกณฑ์การประเมินต้องทำควบคู่กันไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติควรมีแผนการดำเนินงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาแก่สถานปฏิบัติธรรมอย่างเป็นรูปธรรม โดยควรอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการที่มีทั้งบรรพชิตและฆราวาส โดยแผนการดำเนินงานต้องกำหนดวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ที่สามารถวัดได้เป็นรูปธรรม
- 2) สำนักงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาควรมีนโยบายผลิตผู้ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนา โดยไม่จำกัดวงแค่พระสงฆ์เท่านั้น
- 3) สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ สถานปฏิบัติธรรม ต้องมีแผนพัฒนาผู้ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนาในด้านการปฏิบัติตน และการให้ความรู้ในเนื้อหาหลักธรรมที่ถูกต้องตามหลักพระไตรปิฎก เถรวาท รวมถึงการใช้สื่อรูปแบบใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้รับสาร
- 4) สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ สถานปฏิบัติธรรม ควรสร้างเครือข่ายการเผยแผ่พระพุทธศาสนาทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ
- 5) องค์กรเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนามีลักษณะการดำเนินงานแบบเฉพาะ คือ ไม่มุ่งแสวงหากำไรแต่ขณะเดียวกันต้องสามารถขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโต การบริหารเงินจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ สถานปฏิบัติธรรม วัด ควรต้องให้ความสำคัญกับการบริหารการเงินให้มีประสิทธิภาพ และควรสร้างแบบประเมินผลการดำเนินงานสำหรับองค์กรเผยแผ่พระพุทธศาสนาขึ้นมาเป็นการเฉพาะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- 1) ผู้รับสารมีพฤติกรรมเปิดรับธรรมะจากสื่อยูทูบ เฟสบุ๊ก ไลน์ วัด สถานปฏิบัติธรรม ควรนำสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสมาร์ตโฟน มาใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา
- 2) วัด สถานปฏิบัติธรรม ควรนำสื่อกิจกรรมมาใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา เพราะสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี นอกจากนี้ควรกำหนดกิจกรรมเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน เช่น กิจกรรมโครงการปฏิบัติธรรมวันเดียว กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี เป็นต้น
- 3) ผู้รับสารเข้ามาปฏิบัติธรรม เนื่องจากศรัทธาในผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนา ดังนั้นผู้ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนา ควรมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาหลักธรรมคำสอนตามหลักพระไตรปิฎกเถรวาท อย่างถ่องแท้ ถูกต้อง และมีบุคลิกภาพที่สำรมน่าเชื่อถือศรัทธา
- 4) ผู้รับสารต้องการให้ผู้ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนาใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ดังนั้นผู้ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนา ควรต้องมีทักษะการพูด มีวาทศิลป์โน้มน้าวใจ สามารถอธิบายเรื่องยากให้เข้าใจง่าย

5) บุคลากรที่ทำงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาต้องมีทัศนคติที่ดีและมีศรัทธาต้องการกิจที่ทำ ดังนั้นวัด สถานปฏิบัติธรรมควรสร้างทัศนคติที่ดีต่อพระพุทธศาสนา และสร้างแรงจูงใจในการทำงานเผยแผ่แก่บุคลากรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาในมิติของสภาพการณ์และปัญหาการบริหารงานการสื่อสารขององค์การเผยแผ่พระพุทธศาสนา เช่น สถานปฏิบัติธรรม วัด พร้อมเสนอแนะแนวทางการแก้ไข
- 2) ควรศึกษากลวิธีการนำเสนอเนื้อหาสารตามประเภทของสื่อสมัยใหม่ต่างๆ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาในภาพรวมเท่านั้น
- 3) ควรศึกษาในมิติของการประชาสัมพันธ์องค์การเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เน้นศึกษา การสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาเท่านั้น

บรรณานุกรม

- แก้ว ชิตตะชบ. (2553). *ประวัติความสำคัญของการเผยแผ่พระพุทธศาสนา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนา.
- กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักงานเลขาธิการกรม สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2560) ข้อมูลพื้นฐานทางพระพุทธศาสนาปี พ.ศ. 2560. สืบค้น 7 มิถุนายน 2563, จาก http://www.onab.go.th/wpcontent/uploads/2016/12/onab_primaryinfo60edit.pdf
- คุณ โทชนันท์. (2545). *พุทธศาสนากับสังคมและวัฒนธรรมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ชยพล พงษ์สีดา (2559, 6 ตุลาคม). พศ. หวันคนไทยเป็น 'พุทธศาสนิกชนแบบดี' จั๊วดีเร่งสร้างศรัทธา. *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้น จาก <https://www.thairath.co.th/content/745697>
- ดนัย วงศ์วัฒนชัย. (2554). *การสื่อสารด้วยยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาของสถาบันวิมุตตาลัย* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ฐาปนา ฉันทไพศาล. (2559). *องค์การและการจัดการ*. นนทบุรี: บริษัท ธนธัชการพิมพ์ จำกัด
- ทิพย์ชล เทพรังษิธิกุล. (2553). *การวิเคราะห์สื่อและการสร้างสารที่ใช้ในการเผยแผ่หลักธรรมทางพุทธศาสนากรณีศึกษาเปรียบเทียบแม่ชีคันสนีย์เสถียรสุดกับพระมหาสมปองดลปุตโต* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ณัฐสิทธิ์ วงศ์ตลาด, พระครูสุธีศัมภีร์ญาณ, และเอกฉัตร จารุเมธีชน. (2560). การจัดการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของสถานปฏิบัติธรรมในจังหวัดอุดรธานี. *วิชาการธรรมทรรศน์*, 17(3), 263-274.
- พระมหาทองสุข สุภโร. (2545). *อิทธิพลของพระพุทธศาสนาที่มีต่อวิถีไทย*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- พระสมุห์สุนทร อภิชาติ. (2557). *ศึกษาวิเคราะห์ความเป็นสากลของพุทธศาสนา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. นครปฐม.
- พระณปวร โทภาว. (2560). *ต้นแบบบริหารจัดการเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของศูนย์เผยแผ่พระพุทธศาสนาประจำจังหวัดในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยสยาม. กรุงเทพฯ.
- พระนัฐวุฒิ สิริจิต. (2561). *คุณสมบัติของพระนักเผยแผ่ที่พึงประสงค์ในสังคมยุคใหม่ในอำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา.
- มหาเถรสมาคม. (2562). *มติมหาเถรสมาคม: รายงานความคืบหน้าการจัดเก็บฐานข้อมูลพระภิกษุ สามเณร*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2563, จาก <http://mahathera.onab.go.th/index.php?url=mati&id=9189>

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2560). *รายงานประจำปี 2560*. (ม.ป.ท.).

ศิริโรจน์ นามเสนา. (2558). *ภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต).

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา

สมควร กวียะ. (2546). *การสื่อสารมวลชน: บทบาทหน้าที่ สิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.

สุนัย เศรษฐบุญสร้าง. (2533). *อุดมการณ์ทางการเมืองในพุทธศาสนา: ศึกษากรณีแนวคิดของสำนักสันติอโศก* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Received: 08-09-2020

Revised: 10-11-2020

Accepted: 23-11-2020

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง

Effecting Factors for Word of Mouth and Service Continuity of Beverage
Distributor Customers in Lower Central region of Thailand

พลอยนภัส มีนา¹

Ploynapat Mina

ploynapat2707@gmail.com

สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์²

Surasidh Boonchunone

surasidhb@ru.ac.th

อัมพล ชูสนุก³

Ampon Shoosanuk

amponsh@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพการจัดส่งที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง และความพึงพอใจที่มีผลต่อความไว้วางใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความพึงพอใจ และความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง (4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพันที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Student in Master of Business Administration Program in Logistics and Supply Chain Management

² สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Master of Business Administration Program in Logistics and Supply Chain Management

³ นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar

เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง และ (5) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพันที่มีผลต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการวิจัยเชิงประจักษ์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากร ได้แก่ ร้านค้าขายปลีก ร้านค้าขายส่ง ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ผับ และภัตตาคาร ที่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างที่ใช้บริการจากฝ่ายขนส่งของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 567 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพการจัดส่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า (2) คุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า (3) คุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ ความพึงพอใจ และความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้า (4) ความไว้วางใจ และความผูกพันมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้า และ (5) ความไว้วางใจ และความผูกพันมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้า

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์, ประสิทธิภาพการจัดส่ง, ความพึงพอใจของลูกค้า, ความไว้วางใจของลูกค้า, ความผูกพันของลูกค้า, การบอกต่อ, การใช้บริการต่อเนื่อง

Abstract

The purposes of this research are to study (1) the influence of service quality, logistics flexibility, and delivery performance on customer satisfaction with the services of beverage distributors in the Lower Central Region of Thailand; (2) the influence of service quality, logistics flexibility, delivery performance and satisfaction on the customer trust toward the services of beverage distributors in the Lower Central Region of Thailand; (3) the influence of service quality, logistics flexibility, delivery performance, satisfaction, and trust on the customers commitment toward the services of beverage distributors in the Lower Central Region of Thailand; (4) the influence of satisfaction, trust, and commitment on the word of mouth of the customers toward the services of beverage distributors in the Lower Central Region of Thailand; and (5) the influence of satisfaction, trust, and commitment on the service continuity of the customers toward the services of beverage distributors in the Lower Central Region of Thailand.

The researcher conducted a quantitative research using empirical research approach with a questionnaire as a research instrument. Population are retailers, wholesalers, department stores, eateries, pubs, and restaurants in the Lower Central Region of Thailand who used the delivery services of beverage distributors. Sample size was 567 subjects selected by convenience sampling method. The statistics used in data analysis were frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. The technique of the path analysis was also employed.

Findings showed the following: (1) Service quality, logistics flexibility and delivery performance exhibited a positive influence on customer satisfaction; (2) Service quality, logistics flexibility, delivery performance and satisfaction exhibited a positive influence on customer trust; (3) Service quality, delivery performance, satisfaction and customer trust exhibited a positive influence on customer commitment; (4) Customer trust and customer commitment exhibited a positive influence on customer word of mouth; and (5) Customer trust and customer commitment exhibited a positive influence on customer's usage of the service continuity.

Keywords: Service Quality, Logistics Flexibility, Delivery Performance, Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Commitment, Word of Mouth, Service Continuity

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขนส่งเป็นกิจกรรมหลักที่มีสำคัญอย่างมากในการกระจายสินค้าออกสู่ภูมิภาคในประเทศไทย เพื่อให้สินค้าเข้าถึงลูกค้าอย่างทั่วถึงในแต่ละพื้นที่ ซึ่งพื้นที่นั้นก็มีความแตกต่างกันออกไปตามแต่ละภูมิภาค ความยากลำบากของถนนหนทาง รวมถึงศูนย์กลางในการกระจายสินค้าที่น้อยเมื่อเทียบกับจำนวนความต้องการของลูกค้า สิ่งเหล่านี้ทำให้การขนส่งสินค้านั้นถือเป็นต้นทุนส่วนสำคัญที่ผู้ประกอบการจะนำมากำหนดราคาสินค้าในตลาด (Holter, Millar Ritchie, Shaw, & Grant, 2008) เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงราคาได้ทุกกลุ่ม โดยผู้ประกอบการต่างตื่นตัวและตระหนักในปัญหาดังกล่าวในการดำเนินการให้ธุรกิจอยู่รอดและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ต่างแข่งขันกันเพื่อพัฒนาคุณภาพ ความยืดหยุ่นในระบบโลจิสติกส์ และระบบจัดส่งสินค้าของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที (Ballco & Gracia, 2020) สร้างความพึงพอใจให้ ความไว้วางใจในสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้า

เกิดการบอกต่อแก่คนใกล้ชิด และยังคงกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความยั่งยืนในธุรกิจ และสามารถแข่งขันในตลาดได้

การบอกต่อ หมายถึง ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ผู้คนพูดถึงประสบการณ์ดีๆ ที่ได้รับโดยการแนะนำจาก ครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน และบุคคลอื่นๆ (Eugene W Anderson, Fornell, & Lehmann, 1994) เกิดการบอกเล่า แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงผลที่ได้จากการใช้สินค้านั้นๆ ไปยังเพื่อนๆ หรือบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด ในการบอกต่อนั้น อาจมี อารมณ์ความประทับใจและความรู้สึกหรือความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ (สุวรรณา เพียรมานะ, 2561) การบอกต่อ เป็นวิธีการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวหรือข้อมูลออกไป โดยไม่ได้คำนึงถึงเรื่องการตลาดหรือการค้า แต่กลับเป็นวิธีการที่ดีที่สุด ในการทำตลาด (Chang & Lee, 2020)

การใช้บริการต่อเนื่อง หมายถึง การตัดสินใจทำธุรกิจ ซื้สินค้า และใช้บริการรายเดียว ไม่ใช้บริการรายอื่น ไม่ว่าจะ เกิดเหตุการณ์ใดๆ ขึ้นก็ตาม (Hellier, Geursen, Carr, & Rickard, 2003) กล่าวคือ เมื่อลูกค้าได้รับการเติมเต็ม และ ประสบการณ์จากการทำธุรกรรมร่วมกับบริษัทมากเท่าใด ก็จะทำให้หันมาใช้บริการของบริษัทฯ และธุรกิจของบริษัทฯ ก็จะมี ความมั่นคงมากขึ้นเท่านั้น แทนที่ลูกค้าจะซื้อสินค้า และใช้บริการจากบริษัทคู่แข่ง ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในการทำใหธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จ (Nazri et al., 2020) และการรักษาลูกค้ารายเก่ามีต้นทุนต่ำกว่าการหาลูกค้ารายใหม่ ทำให้สามารถ ประหยัดต้นทุนได้ถึง 5-25 เท่า (Gallo, 2014)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีปัจจัยต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อการบอกต่อ และการใช้บริการ ต่อเนื่อง ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และ ความผูกพัน ของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ (Mahadin & Akroush, 2019) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ (Yu, Cadeaux, & Song, 2017) และประสิทธิภาพการจัดส่ง (Ma'ruf, Honeyta & Chan, 2019)
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ (Chen, Li, & Liu, 2019) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ (Khan, Lee, & Bae, 2019) ประสิทธิภาพการจัดส่ง (Tolmay, 2019) และความพึงพอใจ (Cheng Boon, 2019)
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้า ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ (Julius & Jatmika, 2019) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ (Goossen, 2019) ประสิทธิภาพการจัดส่ง (Khan et al., 2019) ความพึงพอใจ (Iglesias, Markovic, & Rialp, 2019) และความไว้วางใจ (Nora, 2019)
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้า ได้แก่ ความพึงพอใจ (Akinci & Aksoy, 2019) ความไว้วางใจ (Suárez-Álvarez, Río-Lanza, Vázquez-Casielles, & Díaz-Martín, 2019) และความผูกพัน (Hickman, 2019)
5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้า ได้แก่ ความพึงพอใจ (Alalwan, 2020) ความไว้วางใจ (Shao, Zhang, Li, & Guo, 2019) และความผูกพัน (Nora, 2019)

วัตถุประสงค์

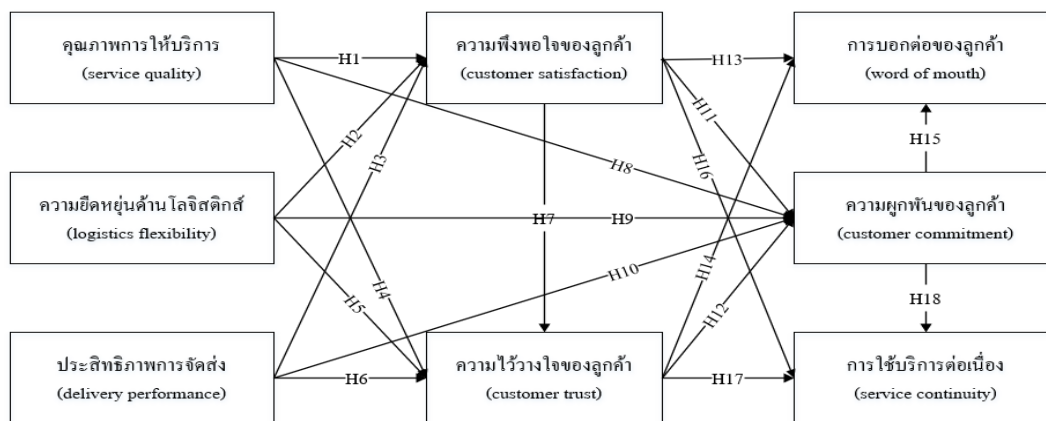
1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพการจัดส่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความพึง

พอใจ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความความผูกพันของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพันที่ส่งผลต่อการบอกต่อของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง

5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพันที่ส่งผลต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
2. ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
3. ประสิทธิภาพการจัดส่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
4. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
5. ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
6. ประสิทธิภาพการจัดส่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
7. ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
8. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความความผูกพันของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง

9. ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
10. ประสิทธิภาพการจัดส่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
11. ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
12. ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
13. ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
14. ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
15. ความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
16. ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
17. ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง
18. ความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าที่ใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง

นิยามศัพท์

การบอกต่อ หมายถึง ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ผู้คนพูดถึงประสบการณ์ดีๆ ที่ได้รับโดยการแนะนำจาก ครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน และบุคคลอื่นๆ (Anderson et al., 1994)

การใช้บริการต่อเนื่อง หมายถึง การตัดสินใจทำธุรกิจ ซื้อสินค้า และใช้บริการรายเดียว ไม่ใช้บริการรายอื่น ไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์ใดๆ ขึ้นก็ตาม (Hellier et al., 2003)

ความผูกพันของลูกค้า หมายถึง ความมุ่งมั่นของลูกค้า เป็นความตั้งใจที่จะคงอยู่กับผู้ให้บริการ ถึงจะต้องเผชิญกับแรงจูงใจที่จะเปลี่ยนใจ (Sirdeshmukh, Ahmad, Khan, & Ashill, 2018)

ความไว้วางใจของลูกค้า หมายถึง ความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ของอีกฝ่าย (Morgan & Hunt, 1994)

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ผลลัพธ์จากการซื้อสินค้าหรือการบริโภคที่เกิดจากการเปรียบเทียบของลูกค้าระหว่างประโยชน์ที่ได้รับ และราคาสินค้ากับผลที่ได้รับตามคาดหวัง (Sezgen, Mason, & Mayer, 2019)

ประสิทธิภาพการจัดส่ง หมายถึง ประสิทธิภาพการส่งมอบให้กับลูกค้า ผลการดำเนินงานจากการวัดการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา ตรงตามจำนวน ตรงตามชนิด และประเภทของสินค้าที่สั่งซื้อ รวมถึงความน่าเชื่อถือในการส่งมอบสินค้า (Scully & Fawcett, 1993)

ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วในด้านการส่งมอบ การสนับสนุน และการให้บริการ (Zhang, Vonderembse, & Lim, 2002)

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และการรับรู้ผลการปฏิบัติงานหลังจากที่ได้รับบริการ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นแนวทางให้ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพการจัดส่ง เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ความผูกพัน อันจะนำไปสู่การบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้า
2. เป็นแนวทางให้ธุรกิจ หรือองค์กรที่ปฏิบัติการคล้ายคลึงกับตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ และประสิทธิภาพการจัดส่ง เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ความผูกพัน อันจะนำไปสู่การบอกต่อ และการใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำไปสู่การกำหนดโมเดลเส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามซึ่งถือเป็นที่ยอมรับอย่างมาก และวัดดูประสิทธิผลโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยเกณฑ์ คือ ต้องมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาพบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability Test) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค โดยค่า Crobach's alpha coefficient แต่ละตัวแปรจะต้องไม่น้อยกว่า 0.70 จึงถือมีความเที่ยงที่ยอมรับได้ ทั้งนี้หาค่า Corrected item-total correlation ต่ำกว่า 0.3 ให้พิจารณาตัดข้อคำถามนั้นออกหรือ ปรับปรุงข้อคำถามนั้น (วิลาสินี หงสนันท์ และศุภชัย อินสุข, 2562) ในการตรวจสอบความเที่ยงผู้วิจัยจะได้ตรวจสอบความเที่ยงทั้งข้อมูลทดลองใช้ ($n = 50$) และข้อมูลที่เก็บจริงของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง ($n=567$) โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการจัดการข้อมูล

ผลการตรวจสอบความเที่ยงในข้อมูลทดลองใช้ (pre-test) จำนวน 50 ชุด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง .731 ถึง .943 และข้อมูลค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละคำถามอยู่ระหว่าง (Corrected item-total correction) มีค่าอยู่ระหว่าง .398 ถึง .915 โดยข้อมูลจริงทั้งหมดจำนวน 567 ชุด พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง .702 ถึง .943 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละคำถามอยู่ระหว่าง (Corrected item-total correction) มีค่าอยู่ระหว่าง .384 ถึง .610

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง

ตัวแปร	Cronbach's Alpha Coefficient	
	n=50	n=567
คุณภาพการให้บริการ (SEQ)	.910	.805
ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ (LGF)	.731	.707
ประสิทธิภาพการจัดส่ง (DEV)	.898	.802
ความพึงพอใจของลูกค้า (SAT)	.943	.943
ความไว้วางใจของลูกค้า (TRU)	.929	.792
การบอกต่อของลูกค้า (WOM)	.902	.706
การผูกพันของลูกค้า (CME)	.885	.702
การใช้บริการต่อเนื่อง (SEC)	.886	.731

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง จำนวนทั้งสิ้น 567 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ระยะเวลาในการทำธุรกิจ 5-10 ปี และจำนวนสินค้าจัดจำหน่าย 301-500 ลัง กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ (SEQ) อยู่ในระดับสูง ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ (LGF) อยู่ในระดับสูง ประสิทธิภาพการจัดส่ง (DEV) อยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจของลูกค้า (SAT) อยู่ในระดับสูง ความไว้วางใจของลูกค้า (TRU) อยู่ในระดับสูง ความผูกพันของลูกค้า (CME) การบอกต่อของลูกค้า (WOM) อยู่ในระดับสูง และการใช้บริการต่อเนื่อง (SEC) อยู่ในระดับสูง

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.176 (2) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.166 และ (3) ประสิทธิภาพการจัดส่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.399

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.226 (2) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.095 (3) ประสิทธิภาพการจัดส่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.098 และ (4) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.341

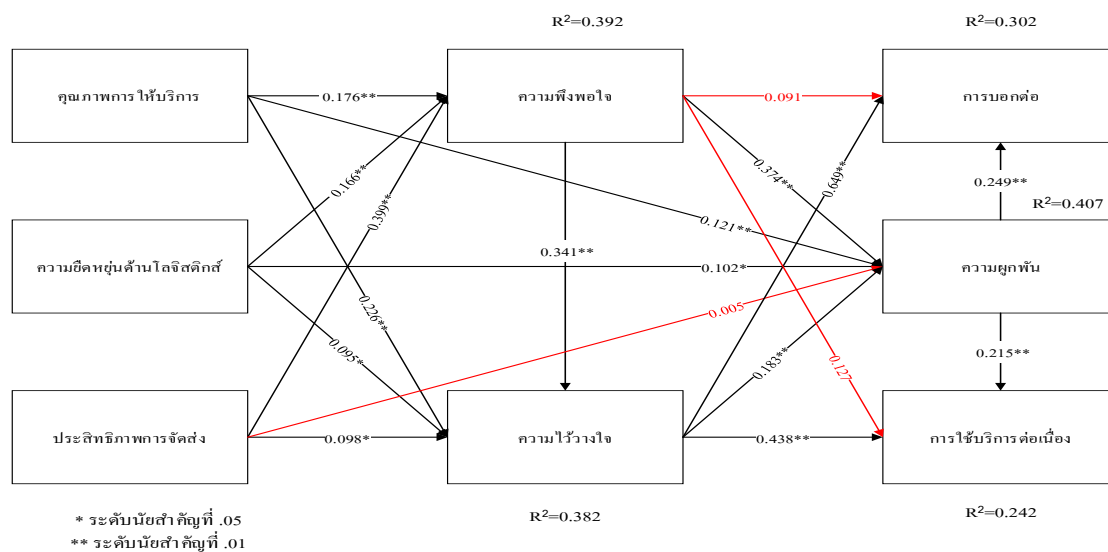
วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.121 (2) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.102 (3) ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.374 และ (4) ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.183

วัตถุประสงค์ที่ 4 ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า (1) ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.649 และ (2) ความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.249

วัตถุประสงค์ที่ 5 ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า (1) ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.438 และ (2) ความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.215

ผลการวิจัยแสดงว่า โมเดลเส้นทางที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 6.391 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 4 ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.172 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.598 ค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.997 ค่า AGFI ที่ปรับแก้มีค่าเท่ากับ 0.975 และค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.033



$$\chi^2 = 6.391, df=4, \chi^2/df = 1.598, p\text{-value}=0.172, GFI=0.997, AGFI=0.975, RMSEA=0.033$$

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

อภิปรายผล

ข้อค้นพบที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.176 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Latypov et al. (2021) และ Santos, Marques, Justino, and Mendes (2020) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่างมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในการจัดส่งสินค้า ถ้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์

เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดีก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดพึงพอใจในความสามารถการจัดส่ง จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการที่มากขึ้นแล้วก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นตามไปด้วย

ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.166 สอดคล้องกับผลวิจัย Yu et al. (2017) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง สามารถปรับเปลี่ยนปริมาณการจัดส่งได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลง ก็จะส่งผลให้ลูกค้านั้นพึงพอใจต่อความสามารถในการจัดส่ง และหากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการขนส่งที่ยืดหยุ่นหลายแบบเพื่อให้ตรงกับกำหนดการส่งมอบสินค้า ก็จะส่งผลให้ลูกค้านั้นพึงพอใจต่อตัวแทนจำหน่ายที่เข้าใจความต้องการของท่านเป็นอย่างดีในการจัดส่งสินค้า จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นตามไปด้วย

ประสิทธิภาพการจัดส่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.399 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Yu, Subramanian, Ning, and Edwards (2015) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่างจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามประเภทการสั่งซื้อ ก็จะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ และหากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มใช้ระยะเวลาสั้นในการส่งมอบสินค้า ก็จะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจต่อความสามารถในการจัดส่งสินค้าของบริษัทฯ จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ประสิทธิภาพการจัดส่งมากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นตามไปด้วย

คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.226 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Mutimukwe, Kolkowska, and Grönlund (2020) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสามารถพึงพาอาศัยได้ ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจต่อตัวแทนจำหน่าย และถ้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมีความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการ จะทำให้ลูกค้าให้ความไว้วางใจต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการมากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจมากขึ้นตามไปด้วย

ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.095 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Tzanetakis, Kamphausen, Werse, and Von Laufenberg (2016) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสามารถจัดส่งสินค้าได้ครบตามจำนวนทุกครั้งที่ถูกสั่งซื้อ ก็จะส่งผลให้ลูกค้าให้ความไว้วางใจต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และหากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสามารถปรับเปลี่ยนคำสั่งซื้อ ณ เวลาใดๆ ตามที่ลูกค้าร้องขอ ก็จะส่งผลให้ลูกค้าไว้วางใจต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ที่กล่าวมา สรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจมากขึ้นตามไปด้วย

ประสิทธิภาพการจัดส่งมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.098 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Bushuev (2018) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ จะส่งผลให้ลูกค้ามั่นใจเกิดความไว้วางใจต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และถ้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามประเภทที่สั่งซื้อ ก็จะส่งผลให้ลูกค้ามีความไว้วางใจต่อตัวแทนจำหน่ายสินค้า จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงประสิทธิภาพการจัดส่งมากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจมากขึ้นตามไปด้วย

ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.341 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Sultan, Tarafder, Pearson, and Henryks (2020) กล่าวคือ หากลูกค้าพึงพอใจต่อตัวแทนจำหน่ายสินค้าตราสินค้าที่เข้าใจความต้องการเป็นอย่างดีในการจัดส่งสินค้า จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และหากลูกค้าพึงพอใจต่อการจัดส่งสินค้าด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ของบริษัทฯ แล้ว จะส่งผลให้ลูกค้ารับรู้ถึงการดำเนินการสิ่งที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา ของบริษัทฯ จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงความพึงพอใจมากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจมากขึ้นตามไปด้วย

คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.121 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Safari, Mohammadi Cheshmeh-Kaboodi, and Yousefi (2019) กล่าวคือ ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสามารถพึงพาอาศัยได้จะส่งผลให้ลูกค้ามีความภักดีต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และถ้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจะส่งผลให้ลูกค้าใช้บริการเป็นตัวเลือกแรกๆ จากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการมากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความผูกพันมากขึ้นตามไปด้วย

ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.102 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Barreto, Amaral, and Pereira (2017) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสามารถปรับเปลี่ยนปริมาณการส่งมอบสินค้าเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า จะส่งผลให้ลูกค้าพูดถึงตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในทางที่ดีเสมอ และถ้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการขนส่งที่ยืดหยุ่นหลายแบบเพื่อให้ตรงกับกำหนดการส่งมอบสินค้า จะส่งผลให้ลูกค้าที่ใช้บริการอยู่จะเลือกใช้บริการเป็นที่แรก จากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความผูกพันมากขึ้นตามไปด้วย

ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.374 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Iglesias et al. (2019) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดีในการจัดส่งสินค้า จะทำให้ลูกค้าไม่ใช้บริการจากเจ้าอื่นหากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้บริการอยู่ยังคงให้บริการ และถ้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมีความสามารถในการจัดส่งสินค้า จะทำให้ลูกค้าพูดถึงตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในทางที่ดีเสมอ จากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงความพึงพอใจมากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความผูกพันมากขึ้นตามไปด้วย

ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.183 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Boateng (2020) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และถ้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสร้างความไว้วางใจ จะส่งผลให้ลูกค้าพูดถึงตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในทางที่ดีเสมอ จากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า หากลูกค้ามีความไว้วางใจมากขึ้นแล้ว ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความผูกพันมากขึ้นตามไปด้วย

ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.649 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Tran and Strutton (2020) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มให้บริการด้วยความซื่อตรง จริงใจ จะส่งผลให้ลูกค้าแนะนำครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมธุรกิจ หรือบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้

บริการอยู่ และถ้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า จะส่งผลให้ลูกค้าพูดถึงประสบการณ์ดี ๆ ที่ได้รับจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้บริการอยู่ ให้กับครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมธุรกิจ หรือบุคคลอื่นๆ ฟังจากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า หากลูกค้ามีความไว้วางใจมากขึ้นแล้ว ก็ส่งผลให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อมากขึ้นตามไปด้วย

ความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.249 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Giao (2020) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสร้างให้ลูกค้าเกิดความภักดี จะทำให้ลูกค้าบอกต่อให้ครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมธุรกิจ หรือบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้บริการอยู่ และถ้าลูกค้าพูดถึงตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในทางที่ดีเสมอ จะส่งผลให้หากลูกค้าได้ยินบุคคลอื่นๆ พูดถึงตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ลูกค้าใช้บริการอยู่ในแง่ลบลูกค้ายินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ จากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า หากลูกค้ามีความผูกพันมากขึ้นแล้ว ก็ส่งผลให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อมากขึ้นตามไปด้วย

ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.438 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Chek and Ho (2016) กล่าวคือ หากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมา จะส่งผลให้ลูกค้ายังคงใช้บริการส่งมอบสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มต่อเนื่องต่อไป และถ้าลูกค้าให้ความไว้วางใจเชื่อใจได้ต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม จะส่งผลให้ลูกค้าต้องการใช้บริการส่งมอบสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมากขึ้นในอนาคต จากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า หากลูกค้ามีความไว้วางใจมากขึ้นแล้ว ก็ส่งผลให้ลูกค้าเกิดการใช้บริการต่อเนื่องมากขึ้นตามไปด้วย

ความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.215 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Wang, Cao, and Park (2019) กล่าวคือ หากลูกค้า มีความภักดีต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม จะส่งผลให้ลูกค้าต้องการใช้บริการส่งมอบสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมากขึ้นในอนาคต และถ้าลูกค้าพูดถึงตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในทางที่ดีเสมอ จะส่งผลให้ลูกค้าตั้งใจที่จะใช้บริการส่งมอบสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอย่างต่อเนื่องต่อไป จากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า หากลูกค้ามีความไว้วางใจมากขึ้นแล้ว ก็ส่งผลให้ลูกค้าเกิดการใช้บริการต่อเนื่องมากขึ้นตามไปด้วย

ข้อค้นพบที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประสิทธิภาพการจัดส่งไม่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.005 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Flynn and Hoi Yan Heung (2007) กล่าวคือ ความเชื่อถือในการส่งมอบสินค้าของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่ส่งผลต่อความภักดีต่อตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เนื่องจาก ในบางครั้งมีความแตกต่างในวัฒนธรรม และความไม่แน่นอนทางสิ่งแวดล้อม และ Gosserand and Diefendorff (2005) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ การรับรู้ขอบเขตในความสามารถ แรงจูงใจ และอารมณ์เชิงบวก ที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าได้ จากการที่กล่าวมานี้สนับสนุนและชี้ให้เห็นว่า ประสิทธิภาพการจัดส่งไม่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

ความพึงพอใจไม่ส่งผลต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.127 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Lin, Wu, Hsu, and Chou (2012) กล่าวคือ ความพึงพอใจต่อความมุ่งมั่นในการจัดส่งสินค้าของบริษัทไม่ส่งผลให้ลูกค้าจะยังใช้บริการส่งมอบสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มต่อเนื่องต่อไป เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญกับประโยชน์ และความคุ้มค่าของการรับบริการสูงกว่าความ

พึงพอใจ ส่วนผลการวิจัยของ Kos Koklic, Kukar-Kinney, and Vegelj (2017) กล่าวว่า ความพึงพอใจไม่ส่งผลต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้า เนื่องจากความแตกต่างเชิงพฤติกรรมของบุคคล สังคม สิ่งแวดล้อม และความสัมพันธ์จากพื้นฐาน และ Chiu and Cho (2019) พบว่า ความพึงพอใจไม่ส่งผลต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้า เนื่องจากลูกค้ายังยึดติดกับยี่ห้อสินค้าอื่นๆ จากการที่กล่าวมาชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจไม่ส่งผลต่อการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

ความพึงพอใจไม่ส่งผลต่อการบอกต่อของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.091 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Anderson (1998) กล่าวคือ ความสามารถในการจัดส่งสินค้าของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ไม่ส่งผลต่อการที่ลูกค้าจะพูดถึงประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับจาก ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้บริการอยู่ให้กับครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมธุรกิจ หรือบุคคลอื่นๆ พึง เนื่องจากการวิจัยค้นพบข้อบ่งชี้ว่า ลูกค้าที่ไม่เกิดความประทับใจ หรือพอใจในบริการจะมีส่วนร่วมในการบอกต่อมากกว่า ลูกค้าที่พึงพอใจในการรับบริการ และการบอกต่อจากผู้มีการศึกษาสูงจะมีน้ำหนักมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาน้อยกว่า และ Chen, Chang, and Lai (2009) กล่าวว่า ความพึงพอใจไม่ส่งผลต่อการบอกต่อนั้น มีช่องว่างระหว่างสถานะ ชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจไม่ส่งผลต่อการบอกต่อของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง ควรมุ่งเน้นในด้านคุณภาพการให้บริการ โดยจัดอบรมพนักงานให้สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ พึงพาอาศัยได้ บริการด้วยความเต็มใจ ให้บริการได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม มีความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้บริการรวดเร็ว ว่องไว สุภาพอ่อนโยน รับฟังในสิ่งที่ลูกค้าร้องขอ และมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพัน ส่งผลให้เกิดการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าได้

2. ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง ควรมุ่งเน้นในด้าน ประสิทธิภาพการจัดส่ง โดย จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ ถูกต้องตามประเภทที่สั่งซื้อ ใช้ระยะเวลาสั้นในการส่งมอบสินค้า จัดส่งสินค้าให้ตรงเวลา และสร้างความน่าเชื่อถือในการส่งมอบสินค้า จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพัน ส่งผลให้เกิดการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าได้

3. ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง ควรมุ่งเน้นในด้านความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนปริมาณการจัดส่งหากความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลง สามารถปรับเปลี่ยนปริมาณการส่งมอบสินค้าเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการขนส่งที่ยืดหยุ่นหลายแบบเพื่อให้ตรงกับกำหนดการส่งมอบสินค้า สามารถจัดส่งสินค้าได้ครบตามจำนวนทุกครั้งที่ถูกคำร้องขอ และสามารถปรับเปลี่ยนคำสั่งซื้อ ณ เวลาใดๆ ตามที่ลูกค้าร้องขอ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพัน ส่งผลให้เกิดการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

นอกจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่างแล้ว ผู้วิจัยเสนอแนะให้ทำการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มประชากรในเขตพื้นที่อื่น เช่น ภาคกลางตอนบน ภาคใต้ ภาคเหนือ หรือกรุงเทพมหานครเพื่อยืนยันผลการวิจัย

บรรณานุกรม

- วิลาสินี หงสนันท์ และศุภชัย อินสุข. (2562) การพัฒนาแบบประเมินคุณภาพแอปพลิเคชันทางสุขภาพของไทย. วารสารเภสัชกรรมไทย, 11(1), 181-193.
- สุวรรณ เพียรมานะ. (2561). ความพึงพอใจความไว้วางใจและคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- Akinci, S., & Aksoy, S. (2019). The Impact of Service Recovery Evaluation on Word-of-Mouth Intention: A Moderated Mediation Model of Overall Satisfaction, Household Income and Gender. *Tourism Management Perspectives*, 31, 184-194. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.002>
- Alalwan, A. A. (2020). Mobile Food Ordering Apps: An Empirical Study of the Factors Affecting Customer e-Satisfaction and Continued Intention to Reuse. *International Journal of Information Management*, 50, 28-44. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.04.008>
- Anderson, E. W. (1998). Customer Satisfaction and Word of Mouth. *Journal of Service Research*, 1(1), 5-17. doi:10.1177/109467059800100102
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66. doi: 10.2307/1252310.
- Ballco, P., & Gracia, A. (2020). Do Market Prices Correspond with Consumer Demands? Combining Market Valuation and Consumer Utility for Extra Virgin Olive Oil Quality Attributes in a Traditional Producing Country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 1-11. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101999>
- Barreto, L., Amaral, A., & Pereira, T. (2017). Industry 4.0 Implications in Logistics: an Overview. *Procedia Manufacturing*, 13, 1245-1252. doi: <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.045>
- Boateng, S. L. (2020). Enhancing Calculative Commitment and Customer Loyalty Through Online Relationship Marketing: The Mediating Role of Online Trust. In G. Ekren, A. Erkollar and B. Oberer. *Advanced MIS and Digital Transformation for Increased Creativity and Innovation in Business* (pp. 50-76): IGI Global.
- Bushuev, M. A. (2018). Delivery Performance Improvement in Two-Stage Supply Chain. *International Journal of Production Economics*, 195, 66-73. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2017.10.007>
- Chang, J.-I., & Lee, C.-Y. (2020). The Effect of Service Innovation on Customer Behavioral Intention in the Taiwanese Insurance sector: The Role of Word of Mouth and Corporate Social Responsibility. *Journal of Asia Business Studies*, 14(3), 341-360. doi: <https://doi.org/10.1108/JABS-06-2018-0168>.
- Chek, Y. L., & Ho, J. S. Y. (2016). Consumer Electronics E-retailing: Why the Alliance of Vendors' E-service Quality, Trust and Trustworthiness Matters. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 804-811. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.083>
- Chen, K.-K., Chang, C.-T., & Lai, C.-S. (2009). Service Quality Gaps of Business Customers in the Shipping Industry. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 45(1), 222-237. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tre.2008.02.005>

- Chen, L., Li, Y.-Q., & Liu, C.-H. (2019). How Airline Service Quality Determines the Quantity of Repurchase Intention - Mediate and Moderate Effects of Brand Quality and Perceived Value. *Journal of Air Transport Management*, 75, 185-197. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2018.11.002>
- Cheng Boon, L. (2019). Service Recovery, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence from Malaysia's Hotel Industry. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 11(2), 187-203. doi: 10.1108/IJQSS-09-2017-0081
- Chiu, W., & Cho, H. (2019). E-commerce Brand: The Effect of Perceived Brand Leadership on Consumers' Satisfaction and Repurchase Intention on E-commerce Websites", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(6) 1-24. doi: <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0403>
- Flynn, B. B., & Hoi Yan Heung, J. (2007). Impact of Power and Relationship Commitment Manufacturer-Customer Integration in a Supply Chain. In *Paper Presented at the Academy of Management Proceedings*. doi: <https://doi.org/10.5465/ambpp.2007.26520026>.
- Gallo, A. (2014). *The Value of Keeping the Right Customers*. Retrieved from <https://hbr.org/2014/10/the-value-of-keeping-the-right-customers>
- Giao, H. N. K. (2020). Satisfaction and Word-of-mouth at the Language Centers in Vietnam. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 16(2), 427-433. doi: 10.31219/osf.io/etvjd.
- Goossen, L. (2019). *Becoming a Preferred Customer: the Influence of Contextual Factors External to the Dyadic Buyer-Supplier Relationship* (Master Thesis). University of Twente. Netherlands.
- Gosserand, R. H., & Diefendorff, J. M. (2005). Emotional Display Rules and Emotional Labor: the Moderating Role of Commitment. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1256-1264.
- Holter, A., Millar Ritchie, J., Shaw, W. N., & Grant, D. (2008). Improving the Bottom Line: Moving towards a Transport Capability Maturity Model. In *Logistics Research Network Annual Conference 2008 - Liverpool* (pp.14-19) United Kingdom: University of Liverpool.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Hickman, T. M. (2019). Nonprofit Organizations as Sponsors: An Investigation of Positive Word of Mouth and Donation Choice as a Result of Sponsorship. *Sport Marketing Quarterly*, 28(2). 102-114. doi: 10.32731/SMQ.282.062019.04.
- Iglesias, O., Markovic, S., & Rialp, J. (2019). How Does Sensory Brand Experience Influence Brand Equity? Considering the Roles of Customer Satisfaction, Customer Affective Commitment, and Employee Empathy. *Journal of Business Research*, 96, 343-354. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.043>
- Julius, D. N., & Jatmika, D. (2019). The Role of Service Quality on Loyalty among Low Cost Carrier Consumer. *Psibernetika*, 12(1). 39-43. doi: <http://dx.doi.org/10.30813/psibernetika.v12i1.1586>.
- Khan, M., Lee, H. Y., & Bae, J. H. (2019). The Role of Transparency in Humanitarian Logistics. *Sustainability*, 11(7), 1-27. doi: <https://doi.org/10.3390/su11072078>

- Kos Koklic, M., Kukar-Kinney, M., & Vegelj, S. (2017). An investigation of Customer Satisfaction with Low-Cost and Full-Service Airline Companies. *Journal of Business Research*, 80, 188-196. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.015>
- Latypov, A., Sereda, Y., Hailemeskal, M. B., Duda, M., Dierst-Davies, R., Pearson, J., & Avaliani, N. (2021). Links between Unit Costs for HIV Services, Perceived Service Quality and Client Satisfaction in Ukraine. *Journal of Public Health*, 29. doi: 10.1007/s10389-019-01174-1
- Lin, T.-C., Wu, S., Hsu, J. S.-C., & Chou, Y.-C. (2012). The Integration of Value-Based Adoption and Expectation-Confirmation Models: An Example of IPTV Continuance Intention. *Decision Support Systems*, 54(1), 63-75. doi: <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.04.004>
- Ma'ruf, J., Honeyta, P., & Chan, S. (2019). The Effect of Perceived Risk on Repurchase Intention of Online Shopping Mediated By Customer Satisfaction in Indonesia. *KnE Social Sciences*, 340-348. doi: 10.18502/kss.v3i14.4320.
- Mahadin, B. K., & Akroush, M. N. (2019). A Study of Factors Affecting Word of Mouth (WOM) towards Islamic Banking (IB) in Jordan. *International Journal of Emerging Markets*, 14(4), 639-667. doi: <https://doi.org/10.1108/IJOEM-10-2017-0414>.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38. doi: 10.1177/002224299405800302
- Mutimukwe, C., Kolkowska, E., & Grönlund, Å. (2020). Information privacy in e-service: Effect of Organizational Privacy Assurances on Individual Privacy Concerns, Perceptions, Trust and Self-Disclosure Behavior. *Government Information Quarterly*, 37(1), 101413. doi: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101413>
- Nazri, M. H. B. M., Kee, D. M. H., Abd Wahab, M. A. B., Subli, A. B., bin Mohd Azmi, M. A., Varghese, S., & Sinha, T. (2020). Customer Satisfaction with the Goods and Services Offered By MYDIN. *International journal of Tourism and hospitality in Asia Pasific*, 3(1), 31-45. doi: <https://doi.org/10.32535/ijthap.v3i1.722>.
- Nora, L. (2019). Trust, Commitment, and Customer Knowledge: Clarifying Relational Commitments and Linking Them to Repurchasing Intentions. *Management Decision*, 57(11), 3134-3158. doi: <https://doi.org/10.1108/MD-10-2017-0923>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Safari, Y., Mohammadi Cheshmeh-Kaboodi, A., & Yousefi, B. (2019). The Data on the Quality of Services, Satisfaction, Psychological Commitment and Oral Advertising in Clinical Centers in Kermanshah. *Data in Brief*, 23, 1-4. doi: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2019.01.036>.
- Santos, G., Marques, C. S., Justino, E., & Mendes, L. (2020). Understanding Social Responsibility's Influence on Service Quality and Student Satisfaction in Higher Education. *Journal of Cleaner Production*, 256, 1-10. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120597>.

- Scully, J., & Fawcett, S. (1993). *Comparative Logistics and Production Costs for Global Manufacturing Strategy*, 13(12), 62-78. doi: <https://doi.org/10.1108/01443579310048191>.
- Sezgen, E., Mason, K. J., & Mayer, R. (2019). Voice of Airline Passenger: A Text Mining Approach to Understand Customer Satisfaction. *Journal of Air Transport Management*, 77, 65-74. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2019.04.001>
- Shao, Z., Zhang, L., Li, X., & Guo, Y. (2019). Antecedents of Trust and Continuance Intention in Mobile Payment Platforms: The Moderating Effect of Gender. *Electronic Commerce Research and Applications*, 33, 1-10. doi: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.100823>
- Sirdeshmukh, D., Ahmad, N. B., Khan, M. S., & Ashill, N. J. (2018). Drivers of User Loyalty Intention and Commitment to a Search Engine: An Exploratory Study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 71-81. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.06.002>
- Suárez-Álvarez, L., Río-Lanza, A. B. D., Vázquez-Casielles, R., & Díaz-Martín, A. M. (2019). Switching Barriers in Online Travel Agencies: The Impact on Positive Word of Mouth. *Tourism Analysis*, 24(2), 213-225. doi: <https://doi.org/10.3727/108354219X15525055915545>.
- Sultan, P., Tarafder, T., Pearson, D., & Henryks, J. (2020). Intention-Behaviour Gap and Perceived Behavioural Control-Behaviour Gap in Theory of Planned Behaviour: Moderating Roles of Communication, Satisfaction and Trust in Organic Food Consumption. *Food Quality and Preference*, 81, 1-11. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103838>
- Tolmay, A. S. (2019). Antecedents of Trust among Buyer and Seller within the South African Automotive Supply Chains. *Journal of Transport and Supply Chain Management*, 13(1), 1-11. doi: 10.4102/jtscm.v13i0.414.
- Tran, G. A., & Strutton, D. (2020). Comparing Email and SNS Users: Investigating E-Servicescape, Customer Reviews, Trust, Loyalty and E-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 1-17. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.009>.
- Tzanetakis, M., Kamphausen, G., Wersé, B., & Von Laufenberg, R. (2016). The Transparency Paradox. Building trust, Resolving Disputes and Optimising Logistics on Conventional and Online Drugs Markets. *International Journal of Drug Policy*, 35, 58-68. doi: <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2015.12.010>.
- Wang, X.-W., Cao, Y.-M., & Park, C. (2019). The Relationships among Community Experience, Community Commitment, Brand Attitude, and Purchase Intention in Social Media. *International Journal of Information Management*, 49, 475-488. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.018>
- Yu, J., Subramanian, N., Ning, K., & Edwards, D. (2015). Product Delivery Service Provider Selection and Customer Satisfaction in the Era of Internet of Things: A Chinese E-Retailers' Perspective. *International Journal of Production Economics*, 159, 104-116. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.09.031>
- Yu, K., Cadeaux, J., & Song, H. (2017). Flexibility and Quality in Logistics and Relationships. *Industrial Marketing Management*, 62, 211-225. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.09.004>

Zhang, Q., Vonderembse, M. A., & Lim, J.-S. (2002). Value Chain Flexibility: A Dichotomy of Competence and Capability. *International Journal of Production Research*, 40(3), 561-583. doi: 10.1080/00207540110091695

Received: 13-02-2022
Revised: 18-04-2022
Accepted: 12-05-2022

ผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อเสถียรภาพและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย The Impact of Household Debt on Stability and Thai Economic Growth

อภิญญา วนเศรษฐ¹

Apinya Wanaset

khunapinya@yahoo.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ คือ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของหนี้ครัวเรือนไทย ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2554-2563 2) ศึกษาผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-Performing Loan: NPL) ของสถาบันการเงิน โดยในการวิเคราะห์เชิงปริมาณตัวแปรประกอบด้วย ผลผลิตมวลรวมในประเทศ หนี้ครัวเรือน การบริโภคภาคครัวเรือน อัตราดอกเบี้ยนโยบาย และหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และในการศึกษานี้ใช้เครื่องมือประกอบด้วยการทดสอบความนิ่งของข้อมูล การหาความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว และการหาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล โดยใช้ข้อมูลรายไตรมาส ระหว่าง พ.ศ. 2554-2563 ซึ่งเป็นช่วงที่อัตราหนี้ครัวเรือนต่อ GDP เริ่มเร่งตัวขึ้นและอยู่ในระหว่างร้อยละ 60-89.

ผลการศึกษาพบว่า 1) หนี้ครัวเรือนไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ณ ไตรมาส 4 พ.ศ. 2563 พบว่าประมาณ 1 ใน 3 ของหนี้ครัวเรือนทั้งหมดเป็นการกู้ยืมเพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์ซึ่งเป็นการกู้เพื่อที่อยู่อาศัยเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามเมื่อรวมการอุปโภคบริโภคส่วนบุคคลอื่น การเช่าซื้อรถยนต์/จักรยานยนต์ บัตรเครดิต และการศึกษา ซึ่งนับเป็นกลุ่มการบริโภคด้วยกันจะมีสัดส่วนสูงถึงกว่าร้อยละ 40 ของหนี้ครัวเรือนทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยได้พึ่งพาการบริโภคผ่านการก่อหนี้ค่อนข้างมากในช่วงที่ผ่านมา 2) ผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ พบว่าการบริโภคภาคครัวเรือนมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ หนี้ครัวเรือน และหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ในขณะที่หนี้ครัวเรือนเริ่มส่งผลกระทบต่อการบริโภคครัวเรือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในขณะเดียวกันก็ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 นั่นคือหนี้ครัวเรือนสูงขึ้นประชาชนจะจับจ่ายใช้สอยหรือบริโภคสูงขึ้นในระยะแรก ส่งผลดีต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะสั้นจากแรงขับเคลื่อนของการบริโภคนั่นเอง แต่ในระยะต่อไปการบริโภคจะลดลงจากภาระหนี้ที่เพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อขยายตัวทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเร่งให้หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้สูงขึ้น

คำสำคัญ: หนี้ครัวเรือน, หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้, เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

¹ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Economics, Sukhothai Thammarat Open University

Abstract

The objectives of this study were to 1) study the general condition and trend of household debt in Thailand during 2011-2020. 2) study the impact of household debt on economic growth and non-performing loan (NPL) of financial institutions. For quantitative analysis, the variables consisted of gross domestic product, household debt, household consumption, policy interest rate, and non-performing loan by using unit root test, cointegration test, and causality test as tools of this study. Using the quarterly time series data during 2011-2020, the household debt to GDP rate has started to accelerate between 60-89 percent.

The results of this study showed that 1) Thai household debt was likely to increase steadily. As of Q4 2020, it was found that about one-third of all household debt was loan for real estate mostly for housing. However, when it was included other factors such as personal consumption, hire-purchase of cars / motorcycles, credit cards and education were included, all these would account for more than 40 percent of total household debt. This reflected that the Thai economy has relied heavily on consumption through leveraged debt. 2) For the Impact of household debt, it was found that household consumption played the important role in economic growth, household debt, and non-performing loan. As the higher household debt to GDP rate increased, household debt began to affect household consumption at a significant level of 0.05, economic growth and non-performing loan at a significant level of 0.10. Due to **being** the driving force of consumption, the household debt contributed to the benefit of economic expansion in the short term. But later on in the next period, consumption will decline due to higher debt burden and negatively affect economic growth while accelerate higher non-performing loan.

Keywords: Household Debt, Non-performing Loan, Economic Stability and Economic Growth

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

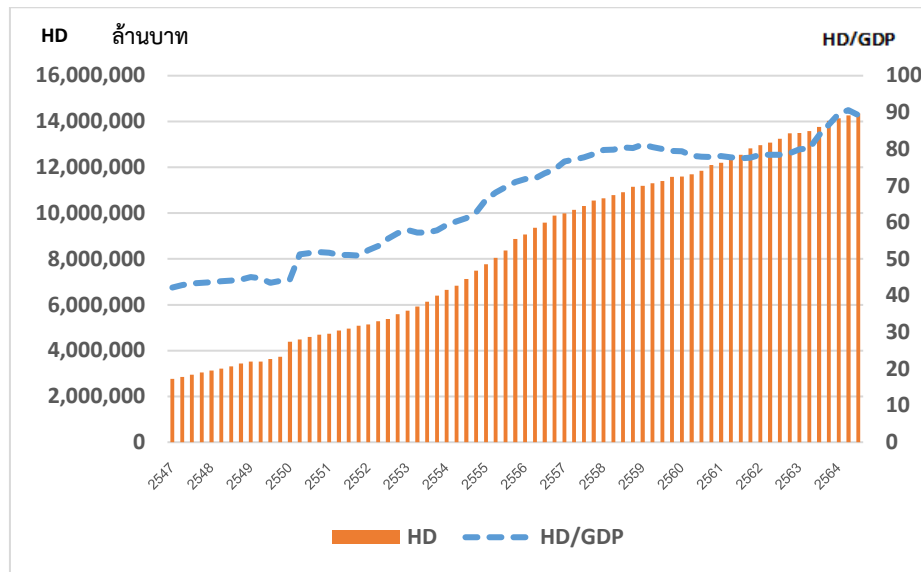
ในระยะเวลาที่ผ่านมาปัญหานี้ครัวเรือนถูกกล่าวขานถึงบ่อยครั้ง เนื่องจากสถานการณ์หนี้ครัวเรือนในประเทศไทยมีความรุนแรงขึ้น โดยข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) พบว่า ใน พ.ศ. 2564 ประเทศไทยมีหนี้ครัวเรือนสูงกว่าร้อยละ 89 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP ทั้งนี้ตามนิยามของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) นั้น หนี้ครัวเรือนหมายถึง เงินให้กู้ยืมที่สถาบันการเงินให้กู้แก่บุคคลธรรมดาที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศ ซึ่งบุคคลธรรมดาอาจนำเงินที่กู้ยืมไปใช้เพื่อการใช้จ่ายใช้สอยต่างๆ หรือเพื่อประกอบธุรกิจ โดยหนี้ครัวเรือนในการศึกษาจะครอบคลุมเฉพาะเงินให้กู้ยืมของสถาบันการเงินที่ ธปท. เก็บข้อมูลได้ซึ่งไม่รวมหนี้ในระบบ โดยทั่วไปแล้วหนี้ครัวเรือนหากอยู่ในระดับที่เหมาะสมและสอดคล้องกับปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจจะช่วยส่งเสริมการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ผ่านเงินกู้ยืมที่ครัวเรือนนำไปใช้ในการอุปโภคบริโภคหรือประกอบธุรกิจต่างๆ ทำให้เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ มีการผลิตและการจ้างงานสูงขึ้น อย่างไรก็ตามในกรณีที่หนี้ครัวเรือนอยู่ในระดับสูงต่อเนื่องเป็นเวลานานและไม่สอดคล้องกับระดับรายได้ ก็อาจเกิดผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือนจนนำไปสู่ปัญหาของสถาบันการเงินที่ปล่อยกู้ได้ นอกจากนี้หากหนี้สินมากกว่ารายได้และกินระยะเวลานาน จะทำให้ลูกหนี้ไม่สามารถจ่ายคืนหนี้ได้ เกิดหนี้ค้างชำระ หรือที่เรียกว่าหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-performing Loan: NPL) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสภาพคล่อง เสถียรภาพ และผลประกอบการของสถาบันการเงินที่ปล่อยสินเชื่อตามมา

เนื่องจากการก่อหนี้เป็นการนำรายได้ในอนาคตมาใช้จ่ายใช้สอยในปัจจุบัน เพื่อหวังว่าจะช่วยให้คุณภาพชีวิตของผู้กู้ดีขึ้นหรือช่วยเพิ่มรายได้ของผู้กู้ เช่น สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพ การลงทุนในกิจการต่างๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามยังมีสินเชื่ออีกประเภทหนึ่ง นั่นคือ สินเชื่อเพื่ออุปโภคบริโภคที่เป็นการบริโภคระยะสั้นและไม่ก่อให้เกิดรายได้ในระยะยาวได้ หากมีสินเชื่อประเภทหลังมากจะสร้างภาระต่อรายได้ในอนาคตได้ เช่น สินเชื่อบัตรเครดิต เครื่องใช้ไฟฟ้าเงินผ่อน เป็นต้น ในทางทฤษฎีแล้วมีความเชื่อว่าการที่ภาคครัวเรือนมีการก่อหนี้ในสัดส่วนสูงโดยเฉพาะสินเชื่อเพื่อการบริโภค จะช่วยกระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะสั้น แต่ทำให้การบริโภคในระยะต่อไปมีแนวโน้มลดลงเพราะต้องแบ่งเงินส่วนหนึ่งจากการบริโภคไปจ่ายหนี้ที่ก่อไว้ ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของครัวเรือนที่มีการกู้ยืมจำนวนมากในระยะยาว และการบริโภคที่ลดลงจะส่งผลให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจจะลดลงเช่นเดียวกัน เช่น งานศึกษาของ Mian, A., Sufi, A., and Verner, E. (2015) Kittiphongphat, N. (2018) และ Alter et al. (2018)

ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่เร่งตัวและคงอยู่ในสัดส่วนสูง ได้เกิดขึ้นกับประเทศต่างๆหลายประเทศทั่วโลก ดังนั้นรัฐบาลของแต่ละประเทศก็มีข้อกังวลในเรื่องนี้ จากข้อมูลของ The Bank of International Settlements (BIS) พบว่าใน ค.ศ. 2018 ประเทศที่มีหนี้ครัวเรือนต่อ GDP สูง 10 อันดับแรกส่วนใหญ่เป็นประเทศพัฒนาแล้ว โดยประเทศสวิตเซอร์แลนด์มีสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP สูงสุด กว่า 100% รองลงมา ได้แก่ ออสเตรเลีย เดนมาร์ก และเนเธอร์แลนด์ ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาประเทศในกลุ่มเอเชียพบว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP สูงเป็นอันดับ 3 รองจากเกาหลีใต้ และฮ่องกง โดยประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก การที่สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP สูงในขณะที่ประเทศมีรายได้ต่อหัว (per capita income) ต่ำโดยเปรียบเทียบนั้น ประเทศที่ยากจนหรือครัวเรือนที่ยากจน จะอยู่ในภาวะเปราะบางหากเกิดสถานการณ์เชิงลบที่ไม่คาดคิดมาก่อนทำให้รายได้ลดลง เช่น การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ การเกิดโรคระบาด และการว่างงาน เป็นต้น ความทนทานต่อสถานการณ์เหล่านี้จะต่ำ เนื่องจากขาดรายได้และเงินออมต่ำหรือไม่มีเงินออมจะทำให้เกิดความอดอยาก การกู้ยืมเพิ่ม หรือนำไปสู่ปัญหาสังคมอื่นตามมา เช่น การเกิดอาชญากรรม และการฆ่าตัวตายหนีปัญหา เป็นต้น และหากสถานการณ์มีความรุนแรงและยาวนานจะบั่นทอนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว

สำหรับประเทศไทยหนี้ครัวเรือนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับจาก พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา และมีการเร่งตัวอย่างรวดเร็วใน พ.ศ. 2554-2555 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจที่เติบโตค่อนข้างดีและมีอัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำ ครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำทั่วประเทศหลายครั้ง โดยเฉพาะใน พ.ศ. 2555 ที่มีการปรับค่าจ้างขั้นต่ำอย่างก้าวกระโดดเป็น 300 บาท/วัน ทำให้ครัวเรือนมีกำลังซื้อมากขึ้น ประกอบกับนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล เช่น นโยบายคืนภาษีรถยนต์คันแรกของภาครัฐในช่วงเวลาดังกล่าวเพื่อต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจทำให้สินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และมาตรการลดภาษีเงินได้สำหรับการซื้อบ้านหลังแรก เป็นต้น นโยบายเหล่านี้กระตุ้นให้ครัวเรือนเร่งตัดสินใจซื้อเร็วขึ้นเพื่อรับสิทธิประโยชน์ทางภาษี นอกจากนี้ยังมีความต้องการกู้ยืมเงินเพื่อซ่อมแซมบ้านเรือนภายหลังน้ำท่วมใหญ่ใน พ.ศ. 2554 อีกด้วย



ภาพที่ 1 หนี้ครัวเรือนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของไทย

ที่มา: ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย (2565)

นอกจากนี้ปัจจัยด้านอุปทานยังสนับสนุนการขยายตัวของภาคการเงินด้วย เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีของภาคการเงินบนระบบออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา (anywhere and anytime) จึงทำให้เกิดการกู้ยืมของครัวเรือนง่ายขึ้น การแข่งขันปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินมากขึ้นมีการใช้การโทรศัพท์เสนอเงินกู้รายบุคคล และในช่วงที่ผ่านมาได้มีการออกกลยุทธ์ส่งเสริมการขายรวมถึงผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อใหม่ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและบัตรเครดิต นอกจากนี้ที่พบได้บ่อยคือ การกดเงินสดและการซื้อสินค้าเงินผ่อนผ่านบัตรเครดิต

จากการศึกษาเชิงประจักษ์ในประเทศต่างๆ มีผลการศึกษาที่หลากหลาย ทั้งที่พบว่าหนี้ครัวเรือนส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวทางเศรษฐกิจและส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวทางเศรษฐกิจ ในขณะที่บางงานศึกษา เช่น Punzi (2018) ระบุว่าประเทศที่มีระดับสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ต่ำ การขยายตัวของหนี้ครัวเรือนจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้ แต่หากประเทศมีสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP สูง ก็จะมีส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะต่อไปต่ำลง ดังนั้นการศึกษานี้ต้องการศึกษาสถานการณ์ของหนี้ครัวเรือนในประเทศไทย ที่ส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งสัญญาณต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งครัวเรือน สถาบันการเงิน และผู้กำกับดูแลนโยบาย ในการปรับตัวและกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาสภาพทั่วไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของหนี้ครัวเรือนไทย ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2554-2563
2. ศึกษาผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-Performing Loan: NPL) ของสถาบันการเงิน

นิยามศัพท์

หนี้ครัวเรือน หมายถึง หนี้สินของบุคคลธรรมดาที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศได้กู้ยืมและมีภาระหนี้ที่จะต้องมาชำระหนี้คืนในอนาคต ซึ่งบุคคลธรรมดาอาจนำเงินที่กู้ยืมไปใช้เพื่อการใช้จ่ายใช้สอยต่างๆ หรือเพื่อประกอบธุรกิจ โดยหนี้ครัวเรือนในการศึกษานี้จะครอบคลุมเฉพาะเงินที่กู้ยืมของสถาบันการเงินที่ ธปท. เก็บข้อมูลได้ซึ่งไม่รวมหนี้นอกระบบ

หนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หมายถึง ยอดคงค้างของเงินให้สินเชื่อด้วยคุณภาพ เป็นสินเชื่อค้างชำระมากกว่า 3 เดือนติดต่อกัน ได้แก่ เงินให้สินเชื่อจัดชั้นต่ำกว่ามาตรฐาน สงสัยจะสูญ และสูญ ตามเกณฑ์การจัดชั้นของธนาคารแห่งประเทศไทย การที่สถาบันการเงินมีหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในสัดส่วนสูง จะต้องมีการตั้งสำรองเพื่อหนี้จัดชั้นหนี้ที่สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้นรวมทั้งทำการเพิ่มทุนเพื่อเป็นการแก้ไข ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของสถาบันการเงินเหล่านี้

การขยายตัวทางเศรษฐกิจ หมายถึง การเพิ่มขึ้นของขนาดเศรษฐกิจ โดยทั่วไปมักจะใช้ GDP ซึ่งเป็นมูลค่าตลาดของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตในประเทศในช่วงเวลาหนึ่ง เปรียบเทียบกับช่วงเวลาก่อนหน้าว่ามีการเพิ่มขึ้นร้อยละเท่าใด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ด้านวิชาการ ผลการศึกษาจะตอบคำถามที่ว่าหนี้ครัวเรือนจะส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคอื่นอย่างไร ระดับหนี้ครัวเรือนในประเทศไทยระดับใด จึงถือเป็นความเสี่ยงสูงของประเทศ ในขณะเดียวกันจะทำให้ทราบว่าตัวแปรทางเศรษฐกิจมหภาคใดที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของหนี้ครัวเรือนอีกด้วย ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอทางนโยบาย และการกำหนดนโยบายในการกำกับดูแล นอกจากนี้สามารถนำองค์ความรู้เหล่านี้ไปใช้ในงานวิทยานิพนธ์และค้นคว้าอิสระสำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่อไป
2. การเผยแพร่ผลงาน จากผลการศึกษาที่ได้จะนำไปเผยแพร่โดยการนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ หรือการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานที่ยอมรับ เช่น Thailand-Journal Citation Index Centre: TCI เป็นต้น ซึ่งจะใช้ในการประกันคุณภาพการศึกษาอีกทางหนึ่งด้วย
3. การปรับปรุงการเรียนการสอนด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) โดยผลการศึกษาที่ได้จะนำไปใช้เป็นการศึกษาในวิชาเศรษฐศาสตร์การเงินและการจัดการทางการเงิน ผ่านกิจกรรม e-learning จะทำให้นักศึกษามีความเข้าใจลึกซึ้งมากขึ้น ถึงความสัมพันธ์ระหว่างหนี้ครัวเรือนและตัวแปรอื่น

วิธีการวิจัย

ผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อเสถียรภาพและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยนี้ เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย หนี้ครัวเรือน การขยายตัวทางเศรษฐกิจ การบริโภคภาคครัวเรือน อัตราดอกเบี้ยนโยบาย และการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-Performing Loan: NPL) ของสถาบันการเงิน เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากหนี้ครัวเรือนต่อตัวแปรทางเศรษฐกิจมหภาคข้างต้น โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสตั้งแต่ พ.ศ. 2554-2563 ซึ่งเป็นช่วงที่อัตราหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ปรับตัวสูงขึ้นมากกว่าร้อยละ 60 และใช้เครื่องมือทางเศรษฐมิติสมัยใหม่ ได้แก่ 1) การทดสอบความนิ่งของข้อมูล (unit root test) 2) การหาความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว (cointegration test) และ 3) การหาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล (causality test) Grange, C.W. (1988) ดังนี้

การทดสอบความนิ่งของข้อมูลใช้สมการ

$$\Delta y_t = \mu_1 + \gamma y_{t-1} + \mu_2 t + \sum_{i=2}^{\infty} \beta_i \Delta y_{t-i+1} + \varepsilon_t \quad --(1)$$

การหาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลใช้สมการ

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^P \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=1}^P \beta_i \Delta X_{t-i} + e_t \quad --(2)$$

(X_t เป็นเหตุให้ Y_t เปลี่ยนแปลง ถ้า β_i ไม่เท่ากับ 0)

$$\Delta X_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^P \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=1}^P \gamma_i \Delta X_{t-i} + u_t \quad --(3)$$

(Y_t เป็นเหตุให้ X_t เปลี่ยนแปลง ถ้า α_i ไม่เท่ากับ 0)

โดยที่ X_t และ Y_t คือ ตัวแปรที่นำมาศึกษา

ε_t, e_t, u_t คือ ค่าคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมหนี้ครัวเรือนของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการเร่งตัวในช่วง พ.ศ. 2554-2555 (พิจารณาจากภาพที่ 1) อันเป็นผลมาจากนโยบายกระตุ้นแรกของรัฐบาล ซึ่งเป็นโครงการคืนเงินภาษีสรรพสามิต เท่ากับที่จ่ายจริงในการซื้อรถยนต์ใหม่คันแรกแต่ไม่เกิน 100,000 บาทให้แก่ผู้ใช้สิทธิ์ซื้อรถยนต์เป็นคันแรกตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงกระตุ้นให้เกิดการขอสินเชื่อเพื่อซื้อรถยนต์มากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว และเมื่อพิจารณาสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกันและชะลอลงเล็กน้อยในช่วง พ.ศ. 2561-2562 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายเข้มงวดของธนาคารแห่งประเทศไทยในการกำกับดูแลสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย² ทำให้การเก็งกำไรในอสังหาริมทรัพย์ชะลอลง อย่างไรก็ตามสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP กลับเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง พ.ศ. 2563-2564 ซึ่งสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP อยู่ที่ประมาณร้อยละ 89 ในไตรมาส 3 ของปี 2564 นับเป็นสถิติที่สูงเมื่อเทียบกับระยะที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่มีหนี้ค้างชำระสูงขึ้นประกอบกับเกิดการหดตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) อีกทางหนึ่ง

ส่วนการวิเคราะห์เชิงปริมาณ มีรายละเอียดของผลการศึกษา ดังนี้

² ยกตัวอย่าง เช่น การกำหนดเงินดาวน์ขั้นต่ำหรืออัตราส่วนสินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (LTV) ให้สะท้อนความเสี่ยงได้ดีขึ้น สำหรับการผ่อนที่อยู่อาศัยพร้อมกัน 2 หลังขึ้นไป และที่อยู่อาศัยที่มีราคาตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยที่อยู่อาศัยหลังที่ 2 ที่ราคาต่ำกว่า 10 ล้านบาทและผ่อนชำระหลังแรกตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป จะต้องวางดาวน์ 10% ขณะที่ถ้าผ่อนชำระหลังแรกยังไม่ถึง 3 ปีหรือกู้ซื้อที่อยู่อาศัยราคาตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไปจะต้องวางดาวน์ 20% สำหรับที่อยู่อาศัยหลังที่ 3 ขึ้นไปจะต้องวางดาวน์ 30% ในทุกระดับราคา (ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย 2561)

การทดสอบความนิ่งของข้อมูล

ในส่วนนี้ได้นำข้อมูลหนี้ครัวเรือน (HD) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) การบริโภคภาคครัวเรือน (CO) หนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) และอัตราดอกเบี้ยนโยบาย (PR) มาทดสอบคุณสมบัติความนิ่ง (stationary) ของข้อมูล หรือ unit root test โดยจะทำการทดสอบข้อมูลในระดับ level ก่อน หากพบว่าชุดข้อมูลดังกล่าวมีความไม่นิ่งก็จะทำผลต่าง (difference) ในลำดับต่อไป แล้วนำมาทดสอบอีกครั้งจนกว่าข้อมูลจะมีคุณสมบัตินิ่ง ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูลโดยวิธี ADF และ PP Test มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 การทดสอบความนิ่งของข้อมูลโดยวิธี ADF และ PP

Unit Root Test	ADF-test		PP-test	
	No trend	Trend	No trend	Trend
HD	-1.0872	-2.3658	-2.2116	-2.0168
GDP	-1.6872	-0.7627	-1.4133	-0.4442
CO	-1.4958	-2.9071	-1.4963	-3.4957
NPL	1.3343	-2.4362	1.1111	-2.7441
PR	0.2087	-2.2485	0.2087	-2.4380
Δ HD	-1.7212	-1.6464	-3.8946*	-5.4975*
Δ GDP	0.4593	0.2602	-3.9695*	-4.0052*
Δ CO	-6.7603*	-6.7177*	-11.8654*	-11.2098*
Δ NPL	-7.1762*	-8.0010*	-7.2079*	-8.0009*
Δ PR	-4.8072*	-4.7115*	-4.8072*	-4.7116*

หมายเหตุ *ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ Δ หมายถึงผลต่างลำดับที่ 1

ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูลโดยวิธี ADF และ PP Test พบว่า ข้อมูลทั้งหมดไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ได้ แสดงว่าข้อมูลทั้งหมดมีคุณสมบัติไม่นิ่ง (non-stationary) ที่ระดับ level ต่อมนำข้อมูลข้างต้นมาหาผลต่างลำดับที่ 1 และนำมาทดสอบความนิ่งของข้อมูลอีกครั้ง ผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดมีความนิ่งที่ผลต่างลำดับที่ 1 (first difference) ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และการศึกษานี้จะนำข้อมูลที่นิ่งไปหาความสัมพันธ์ต่อไป

การทดสอบดุลยภาพระยะยาวตามวิธี Cointegration

สำหรับในส่วนนี้จะทำการทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวตามวิธี cointegration ซึ่งเป็นการทดสอบว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาดังกล่าว มีความสัมพันธ์กันเชิงดุลยภาพในระยะยาวหรือไม่ ทั้งนี้จะใช้การทดสอบตามวิธีของ Johansen and Juselius (1988) ที่ได้เสนอให้ใช้ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ Rank ของเมตริกซ์ โดยวิธี likelihood ratio และค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ ค่า Trace statistic และ Maximum Eigen Value statistic เพื่อหาว่าตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวหรือไม่ และถ้าค่าสถิติดังกล่าวแสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวแล้ว จะมีจำนวน cointegration vectors กี่เวกเตอร์ในความสัมพันธ์นี้ ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวตาม Trace statistic และ Maximum Eigenvalue

Hypothesized	Trace		Max-Eigen	
No. of CE(s)	statistic	P-value	statistic	P-value
None*	155.1703	0.0000	70.7211	0.0000
At most 1*	84.4492	0.0000	50.2991	0.0000
At most 2*	34.1501	0.0148	28.2322	0.0042
At most 3	5.9179	0.7052	4.4032	0.8145
At most 4	0.4120	0.2184	1.5148	0.2184

หมายเหตุ Trace และ Max-Eigen test ระบุว่ามีการในเชิงดุลยภาพระยะยาวจำนวน 3 สมการ
ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

การทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวของข้อมูล จากค่า Trace statistic และ Maximum Eigen Value statistic พบว่าค่าสถิติทั้งสองระบุว่าตัวแปรทั้งหมดที่นำมาศึกษาความสัมพันธ์ในเชิงดุลยภาพระยะยาว กล่าวคือ หากพิจารณาค่า Trace statistic เท่ากับ 34.1501 และค่า Max-Eigen statistic เท่ากับ 28.2322 ต่างปฏิเสธสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ ระดับความเชื่อมั่นที่ 0.95 และมีสมการในเชิงดุลยภาพระยะยาว (cointegrating equation) จำนวน 3 สมการ

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามวิธี causality

ในการศึกษานี้จะใช้วิธี causality เพื่อหาความสัมพันธ์ของทั้ง 5 ตัวแปรข้างต้น ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และหากมีความสัมพันธ์กันจะเป็นในลักษณะใด เพื่อนำไปอธิบายผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อเสถียรภาพและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยผลการทดสอบความสัมพันธ์ดังกล่าวตามวิธี causality ดังนี้

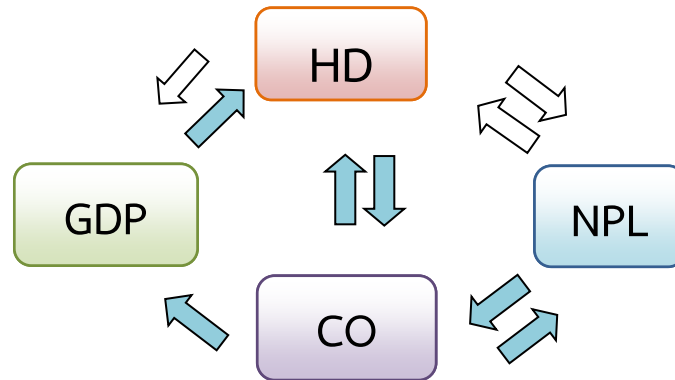
ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่นำมาศึกษา

ตัวแปร	ความสัมพันธ์	F-statistic	P-value
Δ GDP และ Δ CO	Δ CO $\longrightarrow$ Δ GDP	3.9741**	0.0294
Δ CO และ Δ HD	Δ CO $\longrightarrow$ Δ HD	16.6559**	0.0000
	Δ HD $\longrightarrow$ Δ CO	8.8404**	0.0012
Δ CO และ Δ NPL	Δ CO $\longrightarrow$ Δ NPL	7.7433**	0.0019
	Δ NPL $\longrightarrow$ Δ CO	5.7966**	0.0074
Δ GDP และ Δ HD	Δ GDP $\longrightarrow$ Δ HD	10.2077**	0.0004
	Δ HD $\longrightarrow$ Δ GDP	2.5809*	0.0924
Δ HD และ Δ NPL	Δ HD $\longrightarrow$ Δ NPL	2.6827*	0.0848
	Δ NPL $\longrightarrow$ Δ HD	2.7834*	0.0778
ส่วนที่เหลือทั้งหมด	ไม่มีความสัมพันธ์		

หมายเหตุ A $\longrightarrow$ B หมายถึง ความสัมพันธ์ที่ ตัวแปร A เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวแปร B

** ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ * ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10

เมื่อนำผลการหาความสัมพันธ์ตามวิธี causality ในตารางที่ 3 มาแสดงด้วยภาพความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่นำมาศึกษาตามวิธี causality พบว่าการบริโภคน้ำมัน (CO) มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ หนี้ครัวเรือน และหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ กล่าวคือการบริโภคน้ำมันที่ขยายตัวจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและมีการก่อหนี้ครัวเรือนมากขึ้นตามมา และในขณะเดียวกันก็ส่งผลให้หนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้สูงขึ้น อย่างไรก็ตามในช่วงที่ศึกษานี้เป็นช่วงที่สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP อยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 60 ขึ้นไป จะเห็นว่าหนี้ครัวเรือนเริ่มส่งผลกระทบต่ออัตราการบริโภคน้ำมันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในขณะเดียวกันก็ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 เมื่อหนี้ครัวเรือนสูงขึ้น ประชาชนจะใช้จ่ายใช้สอยหรือบริโภคสูงขึ้น ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะสั้นจากแรงขับเคลื่อนของการบริโภค อย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นจะส่งผลให้การบริโภคในอนาคตมีแนวโน้มลดลง นอกจากนี้การขยายตัวของหนี้ครัวเรือนในช่วงนี้ ส่งผลให้หนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน เป็นที่น่าสังเกตว่าผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อ GDP และหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ยังมีไม่มาก (ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10) และในช่วงที่ศึกษานี้ยังพบว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบาย (PR) ที่กำหนดโดยธนาคารแห่งประเทศไทยนั้นไม่ส่งผลต่อตัวแปรอื่นอย่างมีนัยสำคัญ

ผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อตัวแปรที่นำมาศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อตัวแปรที่นำมาศึกษา

ตัวแปร	ผลกระทบของหนี้ครัวเรือน
การบริโภค	**
การขยายตัวทางเศรษฐกิจ	*
หนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้	*
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย	-

หมายเหตุ ** หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 * หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ 0.10 และ หมายถึง ไม่มีผลกระทบ

จะเห็นว่าเมื่ออัตราหนี้ครัวเรือนต่อ GDP อยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 60 ขึ้นไป จะส่งสัญญาณถึงผลกระทบของหนี้ครัวเรือนให้มีความชัดเจนขึ้น โดยส่งผลกระทบต่อการบริโภคครัวเรือนมากที่สุด เนื่องจากภาระหนี้ทำให้ลูกหนี้ต้องแบ่งรายได้จำนวนหนึ่งเพื่อไปชำระหนี้ ทำให้เงินเหลือเพื่อการบริโภคลดลง และโดยเฉพาะในครอบครัวที่มีความเปราะบาง เช่น ไม่มีเงินออม หัวหน้าครัวเรือนตกงาน เป็นต้น อาจถึงขั้นไม่สามารถผ่อนชำระหนี้ได้ จึงส่งผลให้หนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของสถาบันการเงินมีแนวโน้มสูงขึ้น รวมทั้งส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจให้ชะลอตัวลงในระยะต่อไปอีกด้วย

อภิปรายผล

การขยายตัวของหนี้ครัวเรือนไทยในระยะที่ผ่านมา มีความคล้ายคลึงกับหลายประเทศทั้งในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา เช่น สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย เดนมาร์ก และเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น รวมทั้งบางประเทศในเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ ฮ่องกง ไทย และมาเลเซีย โดยไทยเป็นประเทศที่มีรายได้ต่อหัว (per capita income) ต่ำโดยเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มนี้ ดังนั้นจะอยู่ในภาวะเปราะบางหากเกิดสถานการณ์เชิงลบที่ไม่คาดคิดมาก่อนทำให้รายได้ลดลง เช่น การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ การเกิดโรคระบาด และการว่างงาน เป็นต้น ความทนทานต่อสถานการณ์เหล่านี้จะต่ำเนื่องจากขาดรายได้และเงินออมต่ำ เมื่อหนี้ครัวเรือนสูงขึ้นประชาชนจะใช้จ่ายหรือบริโภคสูงขึ้น ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะสั้นจากแรงขับเคลื่อนของการบริโภค อย่างไรก็ตามภาระหนี้ที่เกิดขึ้นจะส่งผลให้การบริโภคในอนาคตมีแนวโน้มลดลง สอดคล้องกับงานศึกษาของ Punzi (2018) Valckx (2017) และ Lombardi, M., Mohanty, M., and Shim, I. (2017) ที่พบว่าหนี้ครัวเรือนส่งผลบวกต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะสั้น แต่ในระยะยาวกลับทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจลดลง โดยเฉพาะในกรณีที่สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP สูงเกินกว่าร้อยละ 70 สำหรับผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ นั้น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยเฉพาะในกรณีที่อัตราส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP อยู่ในระดับสูง กล่าวคือ เมื่อสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP สูงขึ้น จะส่งผลให้หนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้สูงขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับงานศึกษาของ Debelle (2004) ที่ระบุว่าผลกระทบของหนี้ครัวเรือนอาจนำไปสู่ปัญหาได้ และอาจรุนแรงถึงขั้นไม่สามารถชำระหนี้ โดยมาจากสาเหตุสำคัญหลายประการ เช่น การลดลงของรายได้ อาจเกิดจากปัญหาการตกงานหรือถูกเลิกจ้าง มักเกิดขึ้นบ่อยในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดีหรือเศรษฐกิจเป็นขาลง ทำให้ครัวเรือนไม่สามารถชำระหนี้และเกิดหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ตามมา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่พบว่าหนี้ครัวเรือนส่งผลกระทบต่อภาคเอกชน การขยายตัวทางเศรษฐกิจ และหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งไม่เป็นผลดีกับระบบเศรษฐกิจ โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายนอก คือ การแพร่ระบาดของโควิด 19 ดังนั้นข้อเสนอแนะของการศึกษานี้ประกอบด้วย 3 ประการ คือ 1) เนื่องจากปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่ซ้ำเติมให้การก่อหนี้ครัวเรือนมีความซับซ้อนยิ่งขึ้น ทั้งในเรื่องของการขยายตัวและคุณภาพลูกหนี้ที่มีแนวโน้มด้อยลงจากการที่ครัวเรือนขาดรายได้/มีรายได้ลดลงนั้น ก็คือการระบาดของโควิด-19 ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก ดังนั้นหากภาครัฐสามารถควบคุมการระบาดของโควิด-19 ได้เร็วก็จะบรรเทาปัญหาได้ และแนวทางหนึ่งก็คือการเร่งฉีดวัคซีนให้ครอบคลุมจำนวนประชากรในสัดส่วนมากเพื่อลดการสูญเสียชีวิต ประชาชนกลับมาใช้ชีวิตใกล้เคียงเดิมและเศรษฐกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ 2) ในด้านอุปทานกำหนดนโยบายเกี่ยวกับหนี้ครัวเรือนให้ชัดเจน เช่น กรอบนโยบายการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินในประเด็นที่เปราะบาง ในบางครั้งสภาพการแข่งขันที่รุนแรงทำให้สถาบันการเงินเร่งปล่อยสินเชื่อและขาดความรอบครอบ อาทิ มีการให้ของรางวัลเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสมัครบัตรเครดิต หรือกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น เป็นต้น สำหรับนโยบายที่นำมาใช้ในการกำกับดูแลควรเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจงในบางธุรกรรมที่เปราะบาง เช่น ในกลุ่มกู้ยืมเพื่อการบริโภคที่มีสัดส่วนการขยายตัวสูง โดยเฉพาะหนี้บัตรเครดิตที่เป็นการนำเงินในอนาคตมาบริโภคในปัจจุบัน เป็นต้น การเข้าซื้อรถยนต์ และการเก็งกำไรใน

อสังหาริมทรัพย์ ในระยะที่ผ่านธนาคารแห่งประเทศไทยเคยมีการนำมาตรการต่างๆ ออกมาใช้บ้างแล้ว เช่น มาตรการกำหนดรายได้ขั้นต่ำและวงเงินสินเชื่อตามระดับรายได้ของผู้กู้บัตรเครดิตใน พ.ศ. 2560 เพื่อลดการใช้จ่ายเกินตัวและก่อกำหนัที่ไม่สามารถชำระคืนได้ รวมทั้งการกำหนดเพดานอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (loan to value : LTV ratio) ใน พ.ศ. 2562 เพื่อลดความร้อนแรงการเก็งกำไรบ้านหลังที่ 2 และหลังต่อไป ซึ่งนับเป็นมาตรการที่ใช้เฉพาะเจาะจง และแก้ปัญหาได้ตรงประเด็น อย่างไรก็ตามสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐและกลุ่ม Non-bank เช่น บัตรเครดิตที่ออกโดยห้างสรรพสินค้า เป็นต้น อาจมิได้ถูกกำกับดูแลด้วยมาตรฐานเดียวกันเพราะขึ้นกับกฎหมายคนละฉบับ และ 3) การสร้างเสริมความรู้และปลูกฝังนิสัยการออมให้กับประชาชน จะช่วยให้ประชาชนมีการวางแผนการบริโภค การออม และการลงทุนเพื่ออนาคตได้อย่างสมดุล รู้จักการเก็บออม และไม่ใช้จ่ายเกินตัวจนเกิดปัญหาการก่อหนี้ที่ไม่สามารถชำระคืนได้ ข้อเสนอแนะข้างต้นจะนำไปสู่การลดปัญหาหนี้ครัวเรือนไม่ให้ขยายตัวมากเกินไป เพื่อลดแรงกดดันในเรื่องการบริโภคของภาคเอกชนที่อาจหดตัวในอนาคตจากการสะสมหนี้ครัวเรือนที่สูง และส่งผลไปยังการชะลอของขยายตัวทางเศรษฐกิจในอนาคต นอกจากนี้ปัญหาที่จะตามมาอีกประการหนึ่ง คือ การสูงขึ้นของหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของสถาบันการเงินอันเป็นผลจากการที่หนี้ครัวเรือนทรงตัวในระดับสูง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาผลกระทบของหนี้ครัวเรือนต่อเสถียรภาพและการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นกลุ่มประเทศ เช่น กลุ่มประเทศอาเซียน เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานและผลกระทบในเรื่องดังกล่าวและแนวทางในการแก้ปัญหาในแต่ละประเทศ นอกจากนี้การศึกษาโดยการเก็บข้อมูลภาคสนามในแต่ละกลุ่มที่มีสัดส่วนหนี้ครัวเรือนสูงของไทย ก็มีความน่าสนใจเพราะจะช่วยสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง และภาครัฐสามารถแก้ปัญหาได้สอดคล้องกับสิ่งที่เกิดขึ้น

บรรณานุกรม

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *หนี้ครัวเรือน: ปัญหาที่ทุกคนต้องช่วยกันแก้*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/25650157TheknowledgeHouseholdDebt.aspx>
- Andreas, B. (2002). *Intertemporal Intertemporal Choice*. Retrieved June 24, 2021, from <http://www.dartmouth.edu/~econ21/x02-topic1a.pdf>
- Chetan, P. (2018). *Household debt*. Retrieved December 20, 2021, from <https://www.capitalideasonline.com/wordpress/household-debt-2/>
- Debelles, G. (2004). Household Debt and the Macroeconomy. *BIS Quarterly Review*, March, pp.51-64.
- Grange, C.W. (1988) Some Recent Developments in the Concept of Causality. *Journal of Econometrics*, 39(1-2), 199-211.
- Johansen, S. (1988). Statistical Analysis of Cointegration Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12(2-3), 231-254.
- Kittiphongphat, N. (2018). *The Relationship between Household Debt and Household Consumption in Thailand*. School of Public Policy. The University of Tokyo. Tokyo. Japan.
- Lombardi, M., Mohanty, M., & Shim, I. (2017). The Real Effects of Household Debt in the Short and Long Run. In *BIS Working Papers no 607*. Retrieved from <https://www.bis.org/publ/work607.pdf>.

- Mian, A., Sufi, A., & Verner, E. (2015). Household Debt and Business Cycles Worldwide. In *National Bureau of Economic Research. Working Paper 21581*. Retrieved from https://www.nber.org/system/files/working_papers/w21581/w21581.pdf.
- Punzi, M. T. (2018). Integrative Report: Household Debt in SEACEN Economies. In *The SEACEN Centre*. Retrieved from <https://www.seacen.org/publications/RStudies/2018/RP102/1-IntegrativeReportHouseholddebt.pdf>
- Valckx, N. (2017). *Rising Household Debt: What It Means for Growth and Stability*. Retrieved from <https://blogs.imf.org/2017/10/03/rising-household-debt-what-it-means-for-growth-and-stability/>
- Tejvan, P. (2008). *Testing Marshall Lerner Condition*. Retrieved December 20, 2021, from <https://www.economicshelp.org/blog/164/trade/testing-marshall-lerner-condition/>

Received: 17-04-2020

Revised: 09-06-2020

Accepted: 18-06-2020

โมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพของสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ Development Model of Professional Farmer in Northeastern Vocational Institute of Agriculture

อริญ สิงห์คำ¹

Arun Singkhum

Arunsing033@gmail.com

บำเพ็ญ เขียวหวาน²

Bumpen Keowan

bumpen.keo@stou.ac.th

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ²

Benchamas Yooprasert

yoobench@hotmail.com

สมจิต โยธะคง²

Somchit Yotakhong

dr.somchit@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคิดเห็นของผู้เรียน ผู้สอน และผู้บริหารต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ (2) วิเคราะห์และสังเคราะห์คุณลักษณะของเกษตรกรมืออาชีพ (3) วิเคราะห์และพัฒนาโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ (4) ทดลองและประเมินโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ และ (5) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้สอนและผู้เรียนต่อโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สุ่มตัวอย่างแบบง่ายเป็นรองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ 10 ราย ผู้สอน 50 ราย ผู้เรียน 240 ราย สุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากประชากร 1,480 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา 2) การพัฒนาโมเดล ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ สุ่มตัวอย่าง

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Doctoral Degree Student in Agricultural Extension and Development, Sukhothai Thammathirat Open University

² สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Agriculture and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University

แบบง่าย เป็นเกษตรกรต้นแบบ 10 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์เนื้อหา 3) การประเมินการพัฒนาโมเดล ใช้แบบสนทนากลุ่มแบบมีโครงสร้างเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ สุ่มตัวอย่างแบบง่าย เป็นคณะกรรมการสภาสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 ราย ผู้อำนวยการวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 10 ราย รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ 10 ราย หัวหน้าโครงการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนาชนบท 10 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา 4) การทดลองใช้โมเดล ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สุ่มตัวอย่าง ผู้เรียน 40 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และ 5) การประเมินการทดลองใช้โมเดล ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สุ่มตัวอย่าง เป็นผู้อำนวยการ 10 ราย ผู้สอน 10 ราย ผู้เรียน 240 ราย สุ่มตัวอย่างแบบง่าย จากประชากร 1,480 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคิดเห็นต่อปัจจัยการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ ได้แก่ด้านครูผู้สอนในการทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการจัดการเรียน ด้านผู้เรียนคือการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริงในไร่นา ด้านเนื้อหาการเรียน ต้องทันสมัย ด้านสื่อการเรียนที่สามารถกระตุ้นความสนใจให้กับผู้เรียน ด้านสภาพแวดล้อม มีแปลงสาธิตและฟาร์มที่ทันสมัย (2) คุณลักษณะของเกษตรกรรมมืออาชีพ พบว่า ด้านความรู้ ต้องมีความรู้เรื่องการตลาด การแปรรูป การผลิต ด้านทัศนคติ มุ่งองค์ความรู้ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีเครือข่าย ด้านทักษะ มีทักษะในสาขาที่ประกอบอาชีพ การตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศ (3) โมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ พบว่า โมเดลประกอบด้วย การวิเคราะห์อาชีพ การพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาผู้เรียน การจัดการเรียนโดยยึดอาชีพเป็นฐาน และขั้นตอนการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ (4) ผู้เรียนกลุ่มทดลองใช้โมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ มีความคิดเห็นต่อโมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพก่อนและหลังใช้โมเดลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และ (5) ผู้สอน กับผู้เรียน มีความคิดเห็นต่อโมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ, สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตร

Abstract

The objectives of this study were (1) to study the students, instructors and administrators' opinion relating to professional farmer development factors, (2) to analyze and synthesize prototype characteristics of professional farmers, (3) to analyze and develop a professional farmer development model, (4) to experiment and assess the professional farmer development model, and (5) to compare instructors and students' opinions towards the development model of professional farmer.

This research was a mixed methods consisting of five steps as follows: 1) study of factors related to professional farmer development. The study used qualitative and quantitative questionnaires to collect data. The simple samplings, 10 deputy directors of academic affairs, 50 instructors and 240 students, was randomly selected from the population of 1,480 people. Data were analyzed using descriptive statistics. 2) model development using qualitative interview forms. 10 professional farmers were from simple random sampling and data were analyzed using data classification and content analysis. 3) evaluation of the development model was collected by using focus group as a qualitative data. Simple random sampling were applied, and the samples were 18 members of the councils of the Agricultural Vocational Institute Northeast region, 10 directors of the College of Agriculture and Technology In the northeastern region, 10 deputy director of academic affairs, 10 of heads of vocational education programs for rural development. Data was analyzed by data classification and descriptive statistics. 4) the sample of 40 students were used in model pilot experiment using qualitative and quantitative questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics and 5) evaluation of model pilot experiment was collected using qualitative and quantitative questionnaires. 10 directors, 10 teachers and 240 students were simple random sampling from 1,480 people. Data were analyzed using descriptive statistics.

The findings were as follows: (1) the factors related to professional farmer development were that instructors played a role as a director in managing learning. Learners learnt by doing in the fields. Learning content was modern. Learning media motivated learners. And there were agricultural demonstrations and modern farms. (2) To the characteristics of professional farmers, farmers should have knowledge in marketing, processing and producing. Regarding attitude, farmers should have knowledge, self-confident and community network. Regarding skill, farmers should know about the career, marketing and technology. (3) The development model of professional farmer consists of career analysis, curriculum development, preparing lesson plans, promoting students, career based learning management and the development processes. (4) The experimental group's opinions toward before and after using the development model of professional farmer were statistically significant differences. (5) Instructors and students' opinions towards the development model of professional farmer were statistically significant differences.

Keyword: Development of Professional Farmer, Vocational Institute of Agriculture

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคการเกษตร เป็นภาคการผลิตหนึ่งที่มีความสำคัญคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8 ของ GDP ของประเทศ ประชากรของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 อยู่ในภาคเกษตรถึงร้อยละ 38.14 หรือ 25.07 ล้านคนจากประชากรทั้งหมด 65.73 ล้านคน แต่เกษตรกรยังขาดความรู้ความสามารถในการจัดการด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการผลิต การหาปัจจัยการผลิต รวมทั้งการจัดการด้านการตลาด ทำให้เกษตรกรหลายรายประสบปัญหาเรื่องรายได้ ผลกระทบที่ตามมาคือมีเกษตรกรหลายรายต้องเปลี่ยนอาชีพ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมตามมาอีกหลายด้าน เช่น เกษตรกรทิ้งที่ดินทำกินเพื่อเข้ามาทำงานในเมือง ครอบครัวต้องแยกกันอยู่ ปัญหาหนี้สิน ซึ่งนับวันปัญหาเหล่านี้ ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นตามลำดับ และผลกระทบสุดท้ายคือ ความล่มสลายของสังคมชนบทและสังคมไทยโดยรวม และยังพบว่าสมาชิกในครัวเรือนเกษตรมีอายุอยู่ที่ประมาณ 58 ปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) แนวคิดการพัฒนาเกษตรกรยุคใหม่ จึงถือว่าเป็นการปรับตัวในภาคเกษตรเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศในอนาคต โดยแรงงานภาคเกษตรจะมีศักยภาพและความเชี่ยวชาญมากขึ้น มีการวางแผนการผลิตการตลาดอย่างเป็นระบบ และมีการใช้ระบบข้อมูล รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อจัดการกระบวนการผลิตและลดความเสียหายที่เกิดจากภัยพิบัติธรรมชาติตลอดจนมีการเลือกผลิตสินค้าเกษตรที่มีโอกาสทางการตลาดร่วมกับการวางแผนและสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงตลาดและผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งการพัฒนากำลังคนภาคเกษตร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ เกษตรกรที่ทำการเกษตรเพื่อมีกินหมดหนี้ มีคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น การพัฒนาเน้นศาสตร์พระราชา หรือปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงผสมผสานกับทฤษฎีใหม่ กลุ่มที่สองเป็นเกษตรกรที่พอมีความรู้เกี่ยวกับการทำการเกษตรเชิงพาณิชย์ ด้วยการทำการเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) โดยให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์มสมัยใหม่และสนับสนุนให้รวมแปลงเป็นเกษตรแปลงใหญ่ (ยงยุทธ แฉล้มวงษ์, 2561)

สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งตั้งอยู่ภายในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีร้อยเอ็ด อำเภอร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด มีบทบาทสำคัญในการจัดการศึกษา ฝึกอบรมและส่งเสริมการประกอบอาชีพของประชากรภาคเกษตร เพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาในภาคเกษตรให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 รวมถึงการมีบทบาทพัฒนาให้เกษตรกรมีการปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตร โดยปรับเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าเกษตรขั้นปฐมเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีคุณภาพและมูลค่าสูงและได้มาตรฐานสากลเน้นการผลิตสู่การสร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน รวมถึงส่งเสริมการรวมกลุ่มทางการเกษตรจากเจ้าของคนเดียวเป็นการประกอบการในลักษณะกลุ่มวิสาหกิจสหกรณ์ ห้างหุ้นส่วน บริษัท นอกจากนี้สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยังได้จัดทำโครงการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนาชนบท (อศ.กช.) ซึ่งเป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้กับเกษตรกร บุตรหลานเกษตรกร ที่จบการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 เข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาเกษตรกรรม โดยมีวิธีการจัดการเรียนรู้ ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางใช้ฐานอาชีพในการจัดการเรียนการสอน ใช้พื้นที่ทำการเกษตรของผู้เรียนเป็นสถานที่เรียน มีนักเรียนทั้งสิ้น 2,300 คน (สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2561)

จากการจัดการเรียนการสอนที่ผ่านมาพบว่าปัญหาการจัดการเรียนการสอนของวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศรีสะเกษ ได้แก่ 1) ด้านหลักสูตร พบว่า หลักสูตรมีการเปลี่ยนแปลงมากเกินไป 2) ด้านเนื้อหา พบว่า เนื้อหาวิชาไม่ทันสมัยกับการประกอบอาชีพเกษตรในปัจจุบัน 3) ด้านเทคนิคและวิธีการสอน ขาดเทคนิคในการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง 4) ด้านการประเมินผลการเรียนการสอน ครูมีความรู้ทางวิชาการเกษตร 5) ด้านสื่ออุปกรณ์การเรียนการสอน สื่อไม่เพียงพอ ไม่ทันสมัย ครูขาดความรู้ในการจัดการเรียนการสอน 6) ด้านงานฟาร์มในสถานศึกษา งานฟาร์มได้รับความสนใจจากผู้บริหารน้อยและ 7) ด้านการวิจัย ผู้สอนมีเวลาในการทำวิจัยน้อย มีความรู้ความสามารถด้านงานวิจัยน้อย (พงศธร สินธุรัตน์, 2558, น.11)

แต่อย่างไรก็ตามการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมท่ามกลางสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนไปจำเป็นต้องศึกษาหาโมเดลในการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ ของสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นโมเดลการพัฒนาผู้เรียนในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีทั่วประเทศให้มีคุณสมบัติเป็นเกษตรกรมืออาชีพต่อไป

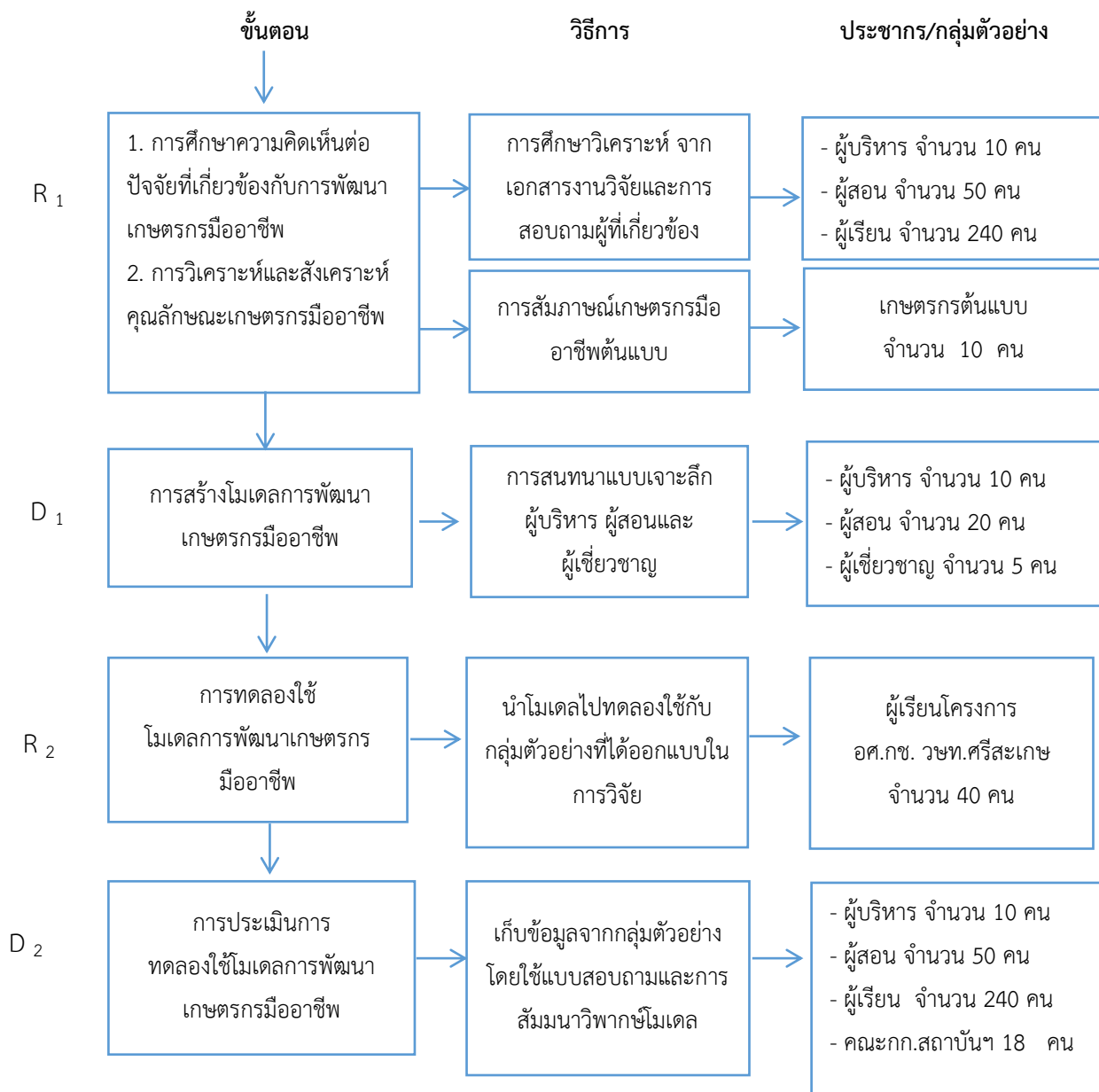
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เรียน ผู้สอน และผู้บริหารต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ
2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์คุณลักษณะของเกษตรกรมืออาชีพ
3. เพื่อวิเคราะห์และพัฒนาโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ
4. เพื่อทดลองและประเมินโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ
5. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้สอน กับผู้เรียนต่อโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยและพัฒนา มีรายละเอียดดังนี้

กระบวนการวิจัย มีขั้นตอนการวิจัยคือขั้นการศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ การวิเคราะห์และสังเคราะห์คุณลักษณะเกษตรกรมืออาชีพจากเกษตรกรต้นแบบ (R_1) ขั้นการสร้างโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ (D_1) ขั้นการทดลองใช้โมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ เป็นการทดลองใช้โมเดลเป็นการวิจัยแบบ One Group Pretest Posttest Design (R_2) ขั้นการประเมินการทดลองใช้โมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ (D_2) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ ผู้ให้ข้อมูล คือ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ จำนวน 10 คน ครูผู้สอน จำนวน 50 คน ผู้เรียน จำนวน 240 คน

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาโมเดล ผู้ให้ข้อมูล คือ เกษตรกรต้นแบบ ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากศิษย์เก่าที่มีลักษณะตามเกณฑ์การคัดเลือกศิษย์เก่าดีเด่นขององค์การเกษตรกรในอนาคตแห่งประเทศไทย โดยเป็นศิษย์เก่าที่นำความรู้จากวิทยาลัยไปประกอบอาชีพจนประสบความสำเร็จ และสมัครเข้ารับการคัดเลือกเป็นศิษย์เก่าดีเด่น ประจำปีการศึกษา 2560-2561 จำนวน 10 คน

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินการพัฒนาโมเดล ผู้ให้ข้อมูล คือ 1) คณะกรรมการสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เก็บข้อมูลทั้งหมด 2) ผู้บริหารสถานศึกษาของวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการวิทยาลัย รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ และหัวหน้างานโครงการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนาชนบท ทำ

การเก็บข้อมูลทั้งหมด 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเกษตรกรรมและกลุ่มเกษตรกรรม ทั้งภาครัฐและเอกชน ทำการคัดเลือกผู้ที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทในการพัฒนาเกษตรกรรม ประกอบด้วยเกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ และผู้ประกอบการด้านการเกษตร

ขั้นตอนที่ 4 การทดลองใช้โมเดล ผู้ให้ข้อมูลคือ นักเรียนโครงการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนาชนบท (อศ.กช.) วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศรีสะเกษ จำนวน 40 คน

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินการทดลองใช้โมเดล ผู้ให้ข้อมูล คือ 1) ผู้สอนในโครงการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนาชนบท ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 100 คน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยผู้สอนสาขาพืชศาสตร์ สัตวศาสตร์ ประมง ช่างกล เกษตร และพาณิชยกรรม วิทยาลัยละ 5 คน รวม 50 คน 2) ผู้เรียนในโครงการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนาชนบท (อศ.กช.) ในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2559 จำนวน 1,480 คน กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสอบถามตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.6 ได้จำนวน 240 คน ทำการสุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ การสอบถาม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการจัดสัมมนา

การทดสอบเครื่องมือ โดย 1) การหาความเที่ยงตรง (Validity test) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา ได้ค่า IOC รวม ทั้งฉบับ 0.90 2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) โดยวิธีของครอนบัค ได้ค่า Cronbachs' alpha รวมทั้งฉบับ 0.96

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติและวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) การศึกษาความคิดเห็นของผู้เรียน ผู้สอน และผู้บริหารต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) การวิเคราะห์และสังเคราะห์คุณลักษณะของเกษตรกรรมมืออาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) วิเคราะห์และพัฒนาโมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ วิเคราะห์ข้อมูล โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

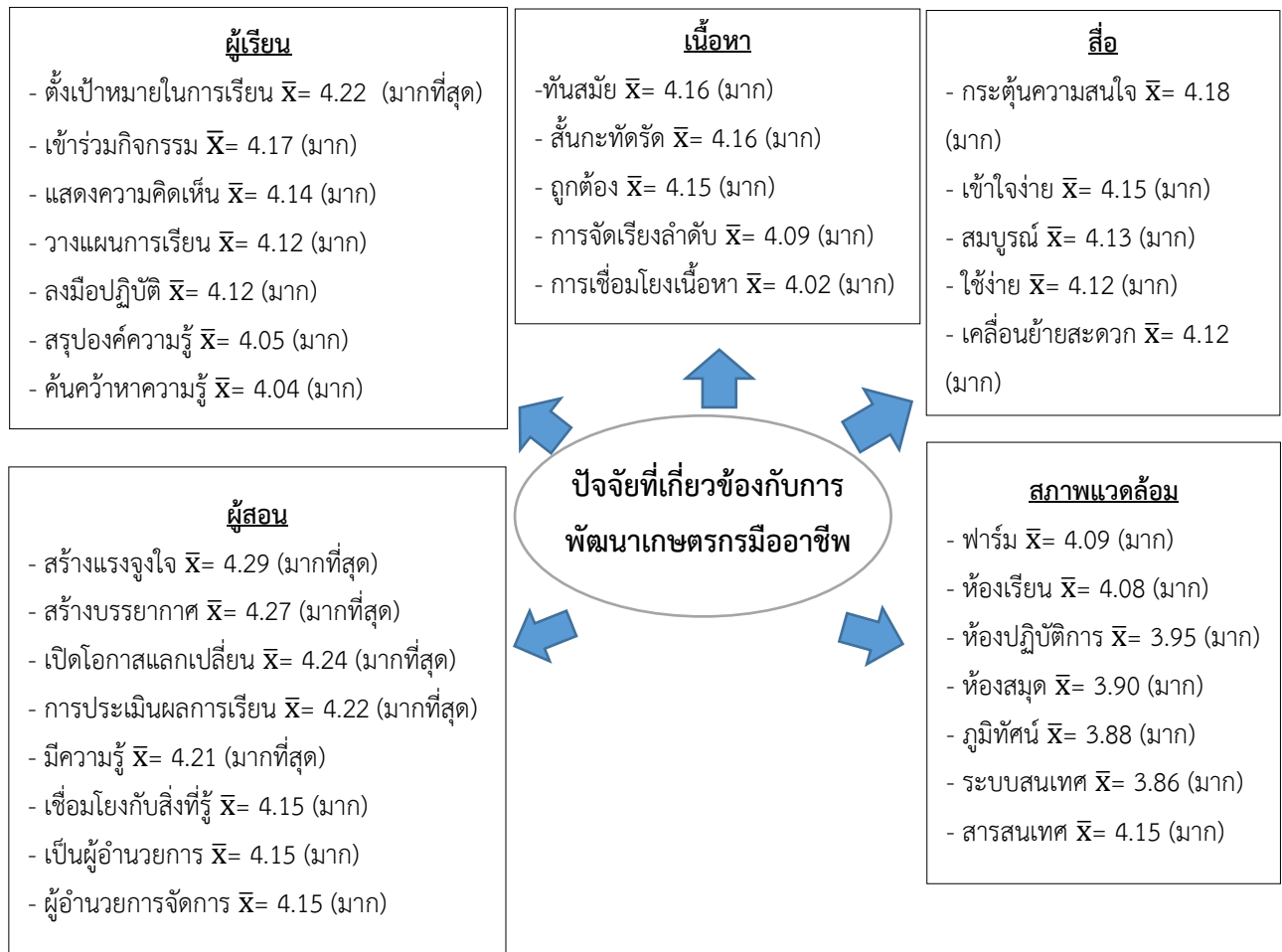
4) การทดลองและประเมินโมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างในความคิดเห็นก่อนและหลังของผู้เรียนที่มีการทดลองใช้โมเดลโดยวิเคราะห์ t-test

5) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้สอน และผู้เรียนต่อโมเดลการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ โดยการวิเคราะห์ t-test

ผลการวิจัย

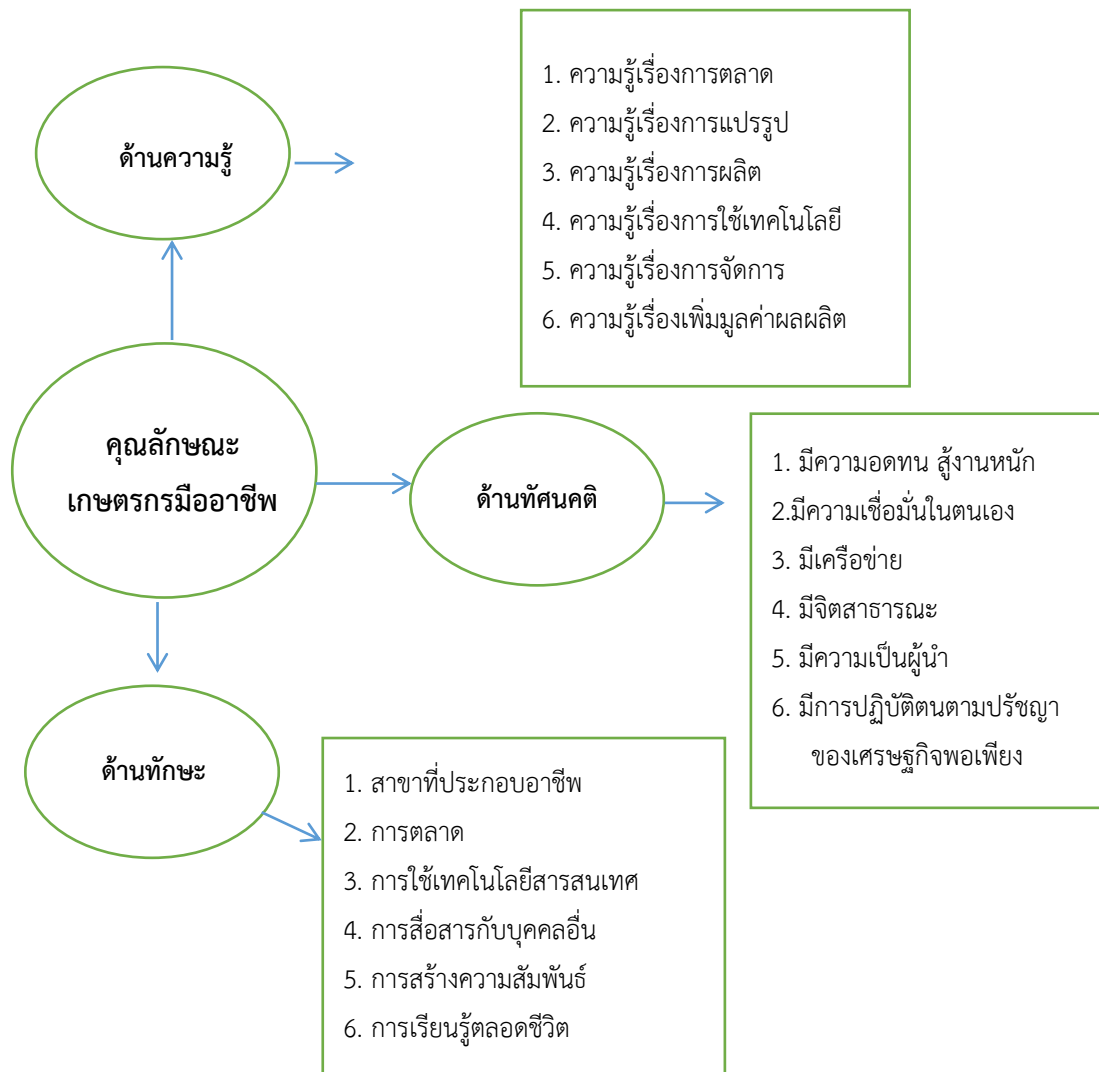
ผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ พบว่า (1) ผู้สอนจะต้องสร้างแรงจูงใจ สร้างบรรยากาศในการเรียนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการประเมินผลตามสภาพจริง และทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการจัดการเรียนรู้ (2) ผู้เรียนจะต้องตั้งเป้าหมายในการเรียนไว้อย่างชัดเจน การเรียนจะต้องลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง และมีการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา (3) เนื้อหาวิชา จะต้องมีความทันสมัย สั้นกะทัดรัด มีความถูกต้องตามหลักวิชาการ (4) สื่อการเรียน จะต้องกระตุ้นความสนใจ ความสมบูรณ์ถูกต้องตามหลักวิชาการ และ (5) สภาพแวดล้อม จะต้องมีการปรับหรือแปลงสภาพที่เป็นตัวอย่างที่ดี มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุดที่ทันสมัย ภูมิทัศน์สวยงาม มีระบบสารสนเทศและการสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพ ดังภาพ



ภาพที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรรมมืออาชีพ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์และสังเคราะห์คุณลักษณะของเกษตรกรรมมืออาชีพ พบว่า คุณลักษณะของเกษตรกรรมมืออาชีพ ประกอบด้วย (1) ด้านความรู้ เรื่องการตลาด การแปรรูป การผลิต การใช้เทคโนโลยีการจัดการ (2) ด้านทัศนคติ อดทนสูง หนัก เชื่อมั่นในตนเอง มีเครือข่าย มีจิตสาธารณะ (3) ด้านทักษะ การตลาด การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังภาพ



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์และสังเคราะห์คุณลักษณะของเกษตรกรมืออาชีพ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์และการพัฒนาโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ โมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพของสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์อาชีพ ได้แก่ ค้นหาแรงบันดาลใจในการประกอบอาชีพ ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบอาชีพ ขั้นตอนการประกอบอาชีพเกษตรกรรมและแนวทางการแก้ไขปัญหา (2) การพัฒนาหลักสูตรการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดเนื้อหาวิชา วิธีการจัดการเรียนการสอน และการประเมินผลตามสภาพจริง (3) การจัดการแผนการเรียนรู้ ได้แก่ เนื้อหาการเรียนรู้ สื่อ กิจกรรมการเรียนรู้และการวัดผลการเรียน (4) การเตรียมผู้สอน ได้แก่ การสร้างความเข้าใจหลักสูตร เข้าถึงผู้เรียน พัฒนาผู้เรียน และการเรียนรู้ตลอดเวลา (5) การเรียนรู้โดยยึดอาชีพเป็นฐาน ได้แก่ การสำรวจความต้องการ การทดลองทำ จากเล็กไปหาใหญ่ การเรียนรู้จากการกระทำจริงและการสร้างสิ่งใหม่ นำความรู้ไปใช้ในไร่นา และ (6) ขั้นตอนการพัฒนา ได้แก่ ตั้งเป้าหมายการเป็นเกษตรกรมืออาชีพ การประสานงานทุกภาคส่วน กิจกรรมเน้นการปฏิบัติและการประเมินผลจากสภาพจริง



ภาพที่ 4 การวิเคราะห์และการพัฒนาโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ

ตอนที่ 4 การทดลองและประเมินโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ ผู้วิจัยได้นำโมเดลการพัฒนาไปทดลองใช้ในการจัดการเรียนการสอนกับผู้เรียนโครงการ อศ.กช. ของวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศรีสะเกษ จำนวน 40 คน โดยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อโมเดลการพัฒนาทั้งก่อนและหลังการใช้โมเดล แล้วนำข้อมูลความคิดเห็นดังกล่าวมาเปรียบเทียบกัน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความคิดเห็นต่อโมเดลก่อนการใช้โมเดลมีค่าเฉลี่ย 3.85 และความคิดเห็นหลังการใช้โมเดลมีค่าเฉลี่ย 4.06 แสดงว่าผู้เรียนกลุ่มทดลองใช้โมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพมีความคิดเห็นต่อโมเดลหลังการทดลองใช้มากกว่าก่อนทดลองใช้โมเดล

Opinion	n	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	Sig
Pre-test	40	3.85	.300	.085	-4.12*	.021
Post-test	40	4.06	.373			

หมายเหตุ * หมายถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Table 1: To Compare students' opinion toward professional farmer development models.

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นของผู้เรียนกับผู้สอนต่อโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ ในการสอบถามผู้เรียนและผู้สอน เพื่อประเมินโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพทั้ง 6 ขั้นตอน พบว่าผู้เรียนและผู้สอน มีความคิดเห็นต่อโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้เรียนมีความคิดเห็นต่อโมเดลเฉลี่ย 4.15 ผู้สอนมีค่าเฉลี่ย 4.04 แสดงว่าผู้เรียนมีความคิดเห็นต่อโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพมากกว่าผู้สอน

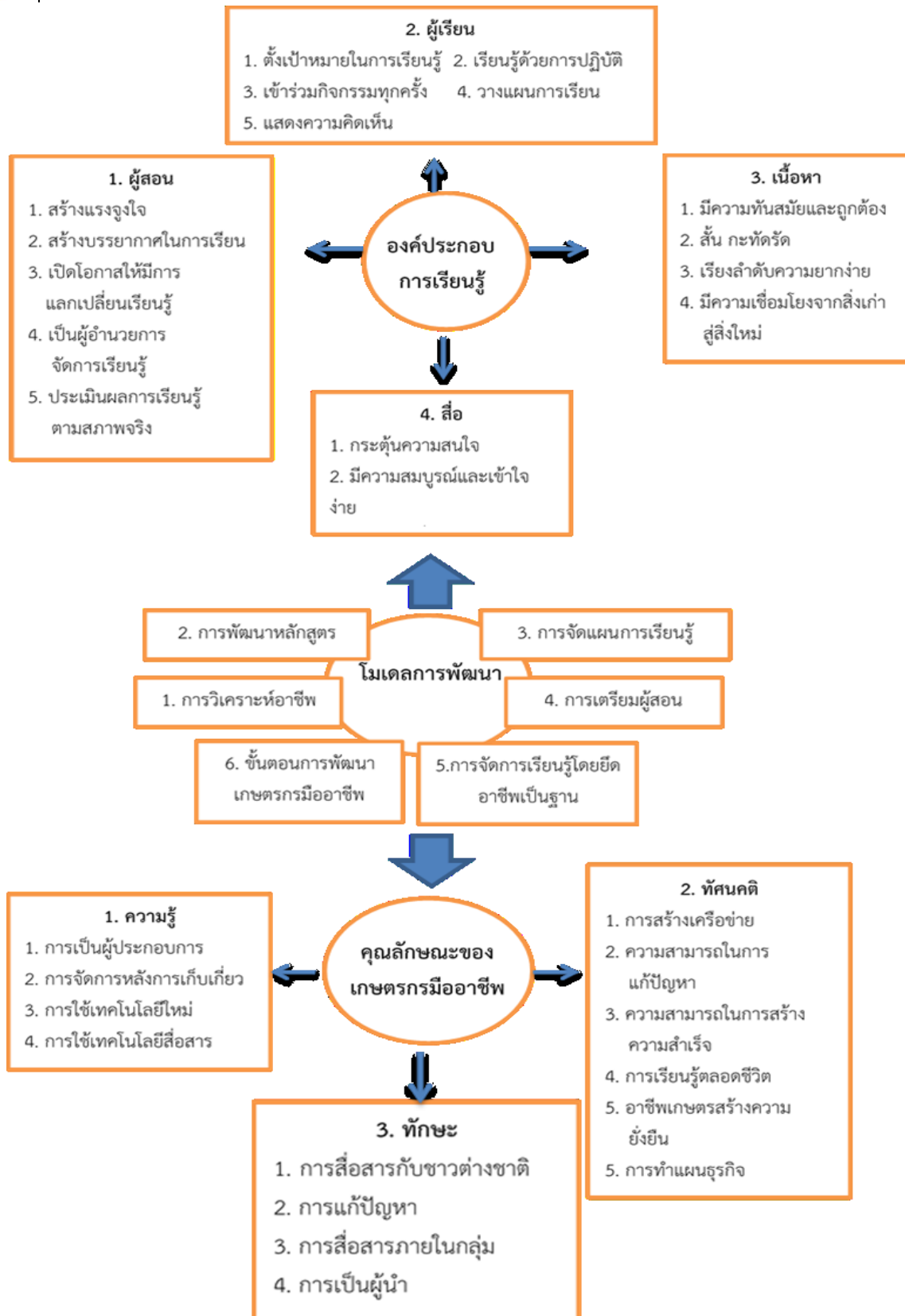
Group	n	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	Sig
Teachers	50	4.04	0.59	.020	-.946**	.000
Students	240	4.15	0.73			

หมายเหตุ * หมายถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Table 2: To Compare teachers' opinion toward professional farmer development models.

สรุปโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพที่ 5: Summary of professional farmer development models.

โมเดล ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลักคือ 1) องค์ประกอบของการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย ผู้สอน ผู้เรียน เนื้อหา และสื่อ สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ของจอห์นดิวอี้ ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติจริง (Learning by doing) เหมาะสำหรับการเรียนรู้ของเกษตรกรที่จะสร้างองค์ความรู้และประสบการณ์จากการปฏิบัติจริงในการประกอบอาชีพ ครูเป็นเพียงผู้จัดการภายในการจัดการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโครงการ (Project Based Learning) และ ทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม เป็นการพัฒนาด้านร่างกาย สติปัญญา และจิตใจ กิจกรรมการจัดการเรียนจะต้องส่งเสริมการพัฒนา ร่างกาย โดยการลงมือปฏิบัติ การพัฒนาด้านสติปัญญาจะต้องให้ผู้เรียนได้ คิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ ส่วนการพัฒนาทางด้าน จิตใจจะต้องสร้างการรับรู้ เรื่องที่ถูกต้องและปฏิบัติจนเกิดความเคยชินจนสุดท้ายกลายเป็นจิตพิสัย 2) คุณลักษณะของ เกษตรกรมืออาชีพ จะต้องมีความรู้ มีทัศนคติ และทักษะ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา นักเรียน นักศึกษาอาชีวศึกษา เกษตร ขององค์การเกษตรกรในอนาคตแห่งประเทศไทย (Future Farmers of Thailand (FFT.) ที่มุ่งพัฒนาสมาชิกให้มีความ เป็นเลิศทางวิชาชีพ มีความเป็นผู้นำ และผู้ตามที่ดี และโครงการอาชีวเกษตร สร้างชาติ ที่มุ่งสร้างผู้ประกอบการภาค การเกษตร ให้สอดคล้องกับสังคมโลกในศตวรรษที่ 21 คนในศตวรรษที่ 21 ต้องมี ทักษะอาชีพ ทักษะชีวิต ทักษะการสื่อสาร

อภิปรายผล

แบ่งออกเป็น 4 ประเด็นดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ ด้านผู้สอน ต้องได้รับการพัฒนาเป็นผู้อำนวยการ จัดการเรียนรู้ โดยการประสานงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรต้นแบบมาให้ความรู้กับผู้เรียน ด้านผู้เรียน ต้องมีเป้าหมาย ในการนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพ โดยการจัดทำโครงการในไร่นา ด้านหลักสูตร ประกอบด้วย เนื้อหา สื่อ และกระบวนการเรียนรู้ โดยการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ศึกษาดูงาน จากเกษตรกรต้นแบบ สอดคล้องกับ นลทวรรณ มากหลาย (2558) ที่พบว่าปัจจัยที่ ทำให้การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ประสบผลสำเร็จ ได้แก่ วิทยากร ผู้รู้ ต้นแบบ แหล่งเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ การพัฒนา หลักสูตร และการแสวงหาหน่วยงานภาคีในการจัดการเรียนรู้ร่วมกัน สอดคล้องกับ มูลนิธิอาจารย์จักษ์ และภาคีเครือข่าย (2559) ที่สรุปว่าปัจจัยความสำเร็จของการสร้างทายาทเกษตรกร คือ 1) ตัวบุคคล 2) เนื้อหาของหลักสูตร 3) การดูแลติดตาม 4) ความร่วมมือ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีที่เป็นแหล่งเรียนรู้ และสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ (2561) ที่ได้กล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จในการสร้างเกษตรกรยุคใหม่ ได้แก่ 1) เกษตรกรต้องมีใจรักอาชีพเกษตร และใฝ่เรียนรู้ตลอดเวลา 2) การสร้างแรงจูงใจและการเพิ่มศักยภาพการทำงานเกษตร 3) การสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ เข้าสู่การทำ การเกษตร และ 4) การยกย่องเชิดชูเกียรติและประกาศเกียรติคุณให้กับเกษตรกรที่ประสบผลสำเร็จ

2. การวิเคราะห์และสังเคราะห์เกษตรกรต้นแบบ คุณลักษณะของเกษตรกรมืออาชีพ พบว่า ด้านความรู้ ควรมีความรู้ เรื่องการตลาด การแปรรูป การผลิต ด้านทัศนคติ มุ่งองค์ความรู้ การเชื่อมั่นในตนเองมีเครือข่าย ด้านทักษะ สาขาที่ประกอบอาชีพ การตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องกับ กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2559) ที่ได้กำหนดหลักการ ในการพัฒนาการเกษตรและคุณสมบัติของ Smart Farmer ได้แก่ 1) มีความรู้ในเรื่องที่ทำ 2) มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ 3) มี การบริหารจัดการผลผลิตและการตลาด 4) มีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค 5) มีความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อมและชุมชน และ 6) มีความภูมิใจในการเป็นเกษตรกร

3. การวิเคราะห์และพัฒนาโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ ประกอบด้วยขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์อาชีพ เพื่อ ค้นหาแนวทางการประกอบอาชีพ ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับกระบวนการและขั้นตอนการ ประกอบอาชีพ ขั้นตอนที่ 3 จัดแผนการสอนให้สอดคล้องกับกระบวนการทำการเกษตร เพื่อให้ผู้เรียนได้มีทักษะอาชีพ ทักษะชีวิต และทักษะการสื่อสาร ขั้นตอนที่ 4 การเตรียมผู้สอนให้เข้าใจบทบาทหน้าที่ในการเป็นผู้อำนวยการจัดการเรียนรู้ ขั้นตอนที่ 5 การ จัดการเรียนรู้ยึดอาชีพของผู้เรียนเป็นฐานในการจัดการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ รัชดา เพชรรัตน์ (2557) ที่ระบุว่ากระบวนการ เรียนรู้มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและเสนอปัญหา 2) การมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางหรือกำหนด

วิธีการ 3) การมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติจริง 4) การมีส่วนร่วมในการรับผลจากการลงมือปฏิบัติจริง และ 5) การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์และประเมินผลด้วยตนเอง และสอดคล้องกับมูลนิธิอาจารย์จำเนียร สารนาถ (2559) ที่พบว่ากระบวนการดำเนินการพัฒนาทายาทเกษตรกร ได้แก่ 1) กระบวนการรับสมัคร 2) กระบวนการปฐมนิเทศ 3) กระบวนการพบปะแลกเปลี่ยน และ 4) กระบวนการสรุปผลการดำเนินงาน

4. คุณลักษณะของเกษตรกรมืออาชีพ ผู้วิจัย พบว่า เกษตรกรมืออาชีพจะต้องมีความรู้เรื่องการตลาด การแปรรูป การผลิต การใช้เทคโนโลยี การจัดการ และการเพิ่มมูลค่าผลผลิต มีทัศนคติเกี่ยวกับการอดทน สู้งานหนัก การเชื่อมั่นในตนเอง มีเครือข่าย มีจิตสาธารณะ มีความเป็นผู้นำ และปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และมีทักษะทางด้านสาขาที่ประกอบอาชีพ ด้านการตลาด ด้านการใช้เทคโนโลยี การสนเทศ การสื่อสารกับบุคคลอื่น การสร้างความสัมพันธ์ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับ อภิชาติ ไชอารีย์ นิรันดร์ ยิ่งยวด และ นนทวัชร สิริพัฒน์ (2559) ที่ระบุว่าเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรที่ผ่านการศึกษาในระบบของวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้คือ 1) มีทัศนคติเชิงบวกต่อวิชาชีพเกษตรกรรม และมาจากครอบครัวเกษตรกร 2) มีความมุ่งมั่นและอดทน 3) มีการเรียนรู้ตลอดเวลา 4) มีการใช้ความรู้ในการวางแผนและตัดสินใจการผลิต และ 5) มีการสร้างส่วนแบ่งทางการตลาด และสอดคล้องกับเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2557) ที่ระบุว่าองค์ประกอบของการทำงานแบบมืออาชีพ ได้แก่ มีความรู้และรอบรู้ มีความเชี่ยวชาญ ขำนาญ มีมาตรฐาน มีจริยธรรม มีความทุ่มเท จริงจัง และมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ และสอดคล้องกับ ฤทัยชนก จริญญา (2556) ที่กล่าวว่า Smart Farmer ต้องมีความรู้เรื่องที่ทำ มีข้อมูลในการตัดสินใจ มีการวางแผนการผลิต มีความตระหนักถึงคุณภาพของสินค้า มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม และมีความภูมิใจในการเป็นเกษตรกร

บทสรุป

กล่าวสรุปได้ว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพด้านผู้สอนต้องสร้างแรงจูงใจ ด้านผู้เรียน ตั้งเป้าหมายในการเรียนรู้ ด้านเนื้อหา มีความทันสมัย ด้านสื่อการเรียน ต้องกระตุ้นความสนใจ และด้านสภาพแวดล้อม มีฟาร์มหรือแปลงสาธิตให้เรียนรู้จริง ส่วนคุณลักษณะของเกษตรกรมืออาชีพประกอบด้วย ด้านความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านทัศนคติ มีการสร้างเครือข่าย ด้านทักษะการสื่อสารกับชาวต่างชาติ และในการพัฒนาโมเดลการพัฒนาเกษตรกรมืออาชีพ การพัฒนาหลักสูตรและแผนการเรียนรู้จะต้องสอดคล้องกับกระบวนการและขั้นตอนการประกอบอาชีพแต่ละสาขา ครูผู้สอนจะต้องได้รับการอบรมเทคนิควิธีการสอนที่ผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้เรียนจะต้องมีแรงบันดาลใจในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีความมุ่งมั่น ขยัน อดทน มีการจัดทำแผนการผลิต มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประสบผลสำเร็จในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม
2. อาจารย์ผู้สอน ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนรู้ จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น การนำผู้เรียนไปทัศนศึกษาดูงานฟาร์มตัวอย่าง เชิญวิทยากรหรือเกษตรกรตัวอย่างมาร่วมให้ความรู้ ประสบการณ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และอาจารย์ผู้สอนจะต้องทำงานวิจัย กระบวนการเรียนรู้และองค์ความรู้ทางการประกอบอาชีพเกษตรกรรม
3. วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีจะต้องปรับปรุงหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียน และสอดคล้องกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรม พัฒนางานฟาร์มภายในวิทยาลัยให้เป็นฟาร์มตัวอย่าง เพื่อใช้ฝึกปฏิบัติในการเรียนการสอน

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). *Young Smart Farmer อนาคตและทิศทางการเกษตรไทย* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ.

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2557). *การทำงาน อนาคต การจัดสรรผลประโยชน์*. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.kriengsak.com/A-professional-Do-not-be-a-profession>.
- ฤทัยชนก จริ่งจิตร. (2556). *เจาะลึก “Smart Farmer” แค่แนวคิดใหม่ หรือจะพลิกโฉมการเกษตรไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/1074-img.pdf>
- นลทวรรณ มากหลาย. (2558). *แนวทางการพัฒนาเกษตรกรรมใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี.
- พงศธร สิ้นธรัตน์. (2558). *ความต้องการพัฒนาการเรียนการสอนวิชาเกษตรของครู-อาจารย์ในสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตรภาคกลาง สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา* (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง. กรุงเทพฯ.
- มูลนิธิอาจารย์จ่านีเยร สาระนาคและภาคีเครือข่าย. (2559). *ผลการเรียนรู้ หลักสูตร ทายาทเกษตรกรรมมืออาชีพ รุ่นที่ 2*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิอาจารย์จ่านีเยร สาระนาค.
- ยงยุทธ แฉล้มวงศ์. (2561). *การผลิตและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 Production and Human Resource Development In the Thailand 4.0*. สืบค้น 26 พฤษภาคม 2561, จาก <https://tdri.or.th/2018/10/human-resource-th-4-0/>
- รัชดา เพชรรัตน์. (2557). *กระบวนการเรียนรู้เพื่อการพึ่งพาตนเองของเกษตรกรภายใต้โครงการสร้างและพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตร. (2561). *เอกสารประกอบการประชุมผู้อำนวยการสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตร*. ร้อยเอ็ด: สถาบันการอาชีวศึกษาเกษตร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *ขับเคลื่อนแผนฯ 12 สู่ อนาคตประเทศไทย. ใน เอกสารประกอบการประชุมประจำปี (2560) ของ สอศ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อภิชาติ ใจอารีย์, นิรันดร์ ยิ่งยอด และนนทวัชร์ สิริพัฒน์นันท์. (2559). *แนวทางการพัฒนากำลังคนเพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรบนเส้นทางอาชีวเกษตร ถอดประสบการณ์โครงการสร้างและพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่*. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 6(1), 248.

Received: 18-06-2020

Revised: 14-08-2020

Accepted: 17-08-2020

การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม
กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

Performance of Suppression Division Officials of
The Department of National parks, Wildlife and Plants Conservation

เกียรติศักดิ์ วังวล¹

Kiatissak Wangwon

Wankhom_t@hotmail.comดุสิต เวชกิจ²

Dusit Wechakit

dusit.wec@stou.ac.thชัยวัฒน์ คงสม²

Chaiwat Kongsom

chaiwat.kon@stou.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล 2) ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปราม 3) ผลการปฏิบัติงาน 4) ผลความพึงพอใจ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน และ 5) การเปรียบเทียบความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เป็นเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม สังกัดกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่ปฏิบัติงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จำนวนรวม 182 คน ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการจำนวน 35 คน และกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการที่สุ่มตัวอย่างแบบง่ายได้ 147 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ One-Way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 45.88 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) สมรสแล้วและอยู่ด้วยกัน มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Student in Master of Agriculture Program in School of Agriculture and Cooperative, Sukhothai Thammarathirath Open University

² สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Agriculture and Cooperative, Sukhothai Thammarathirath Open University

18,633.77 บาท ส่วนใหญ่เป็นพนักงานราชการ และปฏิบัติงานภาคสนาม มีอายุราชการเฉลี่ย 13.23 ปี โดยมีระยะเวลาปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามเฉลี่ย 13.24 ปี ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในพื้นที่ภาคเหนือ มีภาวะหนี้สิน เคยได้รับการฝึกอบรมด้านการป้องกันและปราบปราม และส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับความดีความชอบ ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรค และไม่มีอาชีพเสริมระหว่างทำงาน ด้านความรู้ของเจ้าหน้าที่พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ด้านผลการปฏิบัติงานพบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการลาดตระเวนตรวจปราบปรามมากที่สุด ด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านภูมิปัญญา และลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ควรเร่งปรับปรุงสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และค่าตอบแทนให้เหมาะสม ควรฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับระเบียบ กฎหมาย และปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน ควรมีการจัดสรรงบประมาณ อัตราค่าจ้าง อุปกรณ์ในการปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสมเพียงพอ และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม ควรพิจารณาความดีความชอบอย่างโปร่งใสเป็นธรรม รวมทั้งควรพิจารณาโยกย้ายสับเปลี่ยนหมุนเวียนเจ้าหน้าที่ป่าไม้ไปปฏิบัติงานในลักษณะงานด้านอื่นๆ เพื่อให้ได้เรียนรู้ลักษณะงานใหม่ๆ ที่อาจเป็นการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน

คำสำคัญ: เจ้าหน้าที่ป่าไม้, การปฏิบัติงานป้องกันและปราบปราม, กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

Abstract

The objectives of this research were to study 1) personal information 2) knowledge concerning protection and suppression 3) operation results 4) operation satisfaction, problem, obstruction and suggestion and 5) comparison among satisfactions through personal conditions of forest officers Suppression Division, Department of National parks, Wildlife and Plants Conservation (DNP).

The sample group studied as a forest officers in Suppression Division, Department of National parks, Wildlife and Plants Conservation (DNP), who had been working during the fiscal year 2018, a total 182 people consisted of a sample 35 government forest officers and 147 government employees and government staffs which were selected by a simple random sampling method. Data collection had also been conducted by using validated questionnaires. Descriptive statistics were applied for data analysis. Independent t-test and One-Way ANOVA were used to analyze factors affecting job satisfaction of the forest officers.

The research revealed that, 1) majority of forest officers were male at the average age of 45.88 years old with high school education. Most of them were married and were born in the Northern region. The average monthly incomes were 18,633.77 Baths. They mostly were forest government employees and staffs who had been working in the field in north region and had suppression experiences at the average of 13.24 years. Most were in debt status and had suppression trained. Most of them had never been promoted for higher salary level and did not have personal illness that obstruct their occupations. 2) Mean score of knowledge of forest officers was medium. 3) Most worked as suppression patrol. 4) The mean score for job satisfaction was medium. Moreover it was found that the factors of birthplace and job characteristics were statistically significant and affected to job satisfaction of the forest officers ($p < 0.05$). 5) Recommendations from research expressed that to increase suppression efficiency in DNP, the forest officers should be promoted on benefits and welfare, including training courses for concerned regulations, forest laws and related laws. Suppression manual, budget allocation, appropriate technology and necessary equipment should be improved for proper forest officer operations. The DNP should fairly consider the salary promotion and forest officer rotation to receive new experience and knowledge that might motivate their works.

Keywords: Forest officers, Suppression, The Department of National parks, Wildlife and Plants Conservation.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทรัพยากรป่าไม้ เป็นทรัพยากรอันมีค่า และเป็นฐานความมั่นคงทางทรัพยากรที่สำคัญในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ แต่เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากร ประชากรบางส่วนขาดจิตสำนึก และนโยบายของภาครัฐในการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านการสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน และด้านการส่งเสริมให้มีการปลูกพืชเศรษฐกิจในภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งการให้สิทธิทำกินเพื่อทำเกษตรกรรมที่ดินในพื้นที่ป่าไม้ตามนโยบายประชานิยม ซึ่งขาดการบริหารจัดการที่ดีตลอดในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดการเข้าไปบุกรุกตัดไม้ทำลายพื้นที่ป่า เพื่อให้ได้มาซึ่งที่ดิน ไม้ และของป่า เพื่อตอบสนองให้เพียงพอแก่ความต้องการต่างๆ ข้างต้น จากการศึกษาพบว่าในปี พ.ศ. 2504 ประเทศไทยมีพื้นที่ป่าไม้ประมาณ 171 ล้านไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 53.33 ของพื้นที่ประเทศ (ธงชัย จารุพัฒน์, 2541) ต่อมาปี พ.ศ.2556 ประเทศไทยมีพื้นที่ป่าไม้เหลืออยู่

ประมาณ 102.2 ล้านไร่ (กรมป่าไม้, 2558) หรือคิดเป็นร้อยละ 31.62 ของพื้นที่ประเทศ จะเห็นได้ว่าในช่วงกว่า 50 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยสูญเสียพื้นที่ป่าไม้ไปกว่า 53 ล้านไร่ ซึ่งสถานการณ์พื้นที่ป่าไม้ของประเทศไทยในปัจจุบันจึงไม่เป็นไปตามนโยบาย ป่าไม้แห่งชาติปี 2528 และแผนแม่บทแก้ไขปัญหาระบบนิเวศป่าไม้ การบุกรุกที่ดินของรัฐ และการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน (กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2557) ซึ่งกำหนดให้ประเทศควรจะมีพื้นที่ป่าไม้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของพื้นที่ประเทศ หรือคิดประมาณ 129 ล้านไร่ โดยแบ่งเป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ร้อยละ 25 และป่าเศรษฐกิจ ร้อยละ 15 แต่เดิมภารกิจด้านการป้องกันรักษาป่าทั้งหมด เป็นของกรมป่าไม้เพียงหน่วยงานเดียว ต่อมาปี พ.ศ. 2545 ได้มีพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 บังคับใช้ ทำให้มีการแบ่งส่วนราชการที่มีการเกี่ยวข้องกับดูแลป้องกันรักษาป่า ออกเป็น 3 กรม ได้แก่ กรมป่าไม้ ดูแลพื้นที่ป่าเศรษฐกิจ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ดูแลพื้นที่ป่าอนุรักษ์ และกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ดูแลพื้นที่ป่าชายเลนและทรัพยากรทางทะเล (พระราชกฤษฎีกาโอนกรมป่าไม้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ไปเป็นกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงอำนาจหน้าที่และกิจการของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กรมป่าไม้ และกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2546, 2546) โดยกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ซึ่งดูแลพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ประมาณ 73 ล้านไร่ มีหน่วยงานหลักด้านการป้องกันและปราบปราม ได้แก่ สำนักป้องกัน ปราบปราม และควบคุมไฟป่า โดยมีส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม เป็นหน่วยงานส่วนกลางที่กำหนดกลยุทธ์ มาตรการ และแผนปฏิบัติการป้องกันรักษาป่า และมีสำนักงานสนับสนุนการป้องกันและปราบปราม ที่ 1-4 เป็นหน่วยงานส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาคขึ้นตรงกับส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานและสนับสนุนการปฏิบัติงานป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้และสัตว์ป่า โดยมีความอิสระในการปฏิบัติงานในพื้นที่ของแต่ละภาค ภารกิจการดูแลป้องกันรักษาป่าอนุรักษ์ที่เหลืออยู่ จึงเป็นหน้าที่ที่สำคัญของเจ้าหน้าที่ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม ซึ่งการบริหารจัดการองค์กรในการป้องกันและปราบปรามการบุกรุกทำลายทรัพยากรป่าไม้ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดได้นั้น มีความจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ ความเข้าใจ มีขวัญกำลังใจ และมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

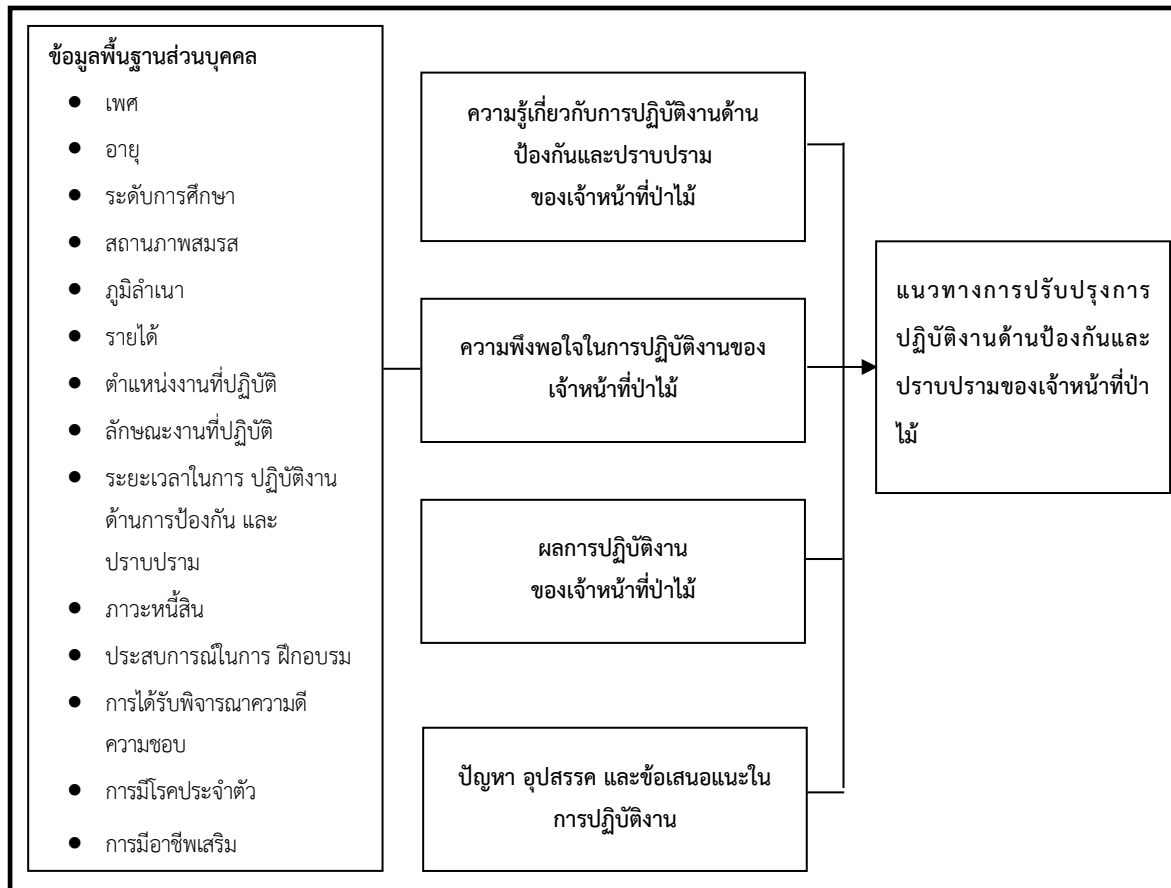
หากเจ้าหน้าที่ขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อภารกิจการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนด หรืออาจทำให้เจ้าหน้าที่เกิดการปล่อยปละละเลยหรือเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการกระทำผิด หรือใช้อำนาจหน้าที่ไปในทางทุจริตแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบได้ ดังนั้น แนวทางการปรับปรุงการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม จึงเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ เพราะจะสามารถศึกษาเรียนรู้ถึงความต้องการ ปัญหา อุปสรรค และความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจในปัญหา จนนำไปสู่การปรับปรุง แก้ไข การบริหารจัดการ ภายในส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เกิดประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติเอง ตลอดจนภารกิจด้านการป้องกันรักษาป่าของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม
3. เพื่อศึกษาผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม

5. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

นิยามศัพท์

เจ้าหน้าที่ป่าไม้ หมายถึง เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นข้าราชการ (นักวิชาการป่าไม้ เจ้าพนักงานป่าไม้ ลูกจ้างประจำ (พนักงานพิทักษ์ป่า) และพนักงานราชการ (พนักงานพิทักษ์ป่า เจ้าหน้าที่ตรวจป่า) ซึ่งปฏิบัติงานในสังกัดส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม สำนักป้องกัน ปราบปราม และควบคุมไฟป่า

ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม หมายถึง ส่วนงานในสังกัดสำนักป้องกัน ปราบปราม และควบคุมไฟป่า กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ซึ่งมีภารกิจหน้าที่ในการกำหนดกลยุทธ์ มาตรการ แผนปฏิบัติการป้องกันรักษาป่า ปฏิบัติงานและสนับสนุนการปฏิบัติงานป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้และสัตว์ป่า

การป้องกันและปราบปราม หมายถึง ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ตามอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการปองปรามมิให้มีการกระทำผิดเกิดขึ้น การตรวจยึดจับกุมดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้และสัตว์ป่า การตรวจสอบข้อเท็จจริง ควบคุม และเร่งรัดการปฏิบัติให้เป็นไปตามแนวทางปฏิบัติ ระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านป้องกันและปราบปราม หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการสืบสวน จับกุม ปราบปราม ในฐานะพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้และสัตว์ป่า และตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา รายได้ ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปราม ภาวะหนี้สิน ประสบการณ์ในการฝึกอบรม การได้รับพิจารณาความดีความชอบ การมีโรคประจำตัว และการมีอาชีพเสริมของเจ้าหน้าที่ป่าไม้

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ เพื่อหาแนวทางปรับปรุงและสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ที่มีขวัญกำลังใจและเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน
2. ทราบถึงระดับความรู้ของเจ้าหน้าที่ป่าไม้สามารถนำไปพัฒนาความรู้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้
3. สามารถนำผลการศึกษาไปแก้ไขปัญห และอุปสรรคในการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามให้กับเจ้าหน้าที่ป่าไม้
4. สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ผู้ปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปราม ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

วิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ซึ่งเป็นข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการ ที่ปฏิบัติงานส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม สำนักป้องกัน ปราบปราม และควบคุมไฟป่า กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จำนวนทั้งสิ้น 268 คน

การสุ่มตัวอย่าง

1. เจ้าหน้าที่ป่าไม้ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นข้าราชการ จำนวนทั้งสิ้น 35 คน ดำเนินการศึกษาจากประชากรทั้งหมด เนื่องจากเป็นเจ้าหน้าที่ป่าไม้ที่มีความรู้และประสบการณ์ปฏิบัติงานด้านป้องกันและปราบปรามมาเป็นระยะเวลานาน
2. เจ้าหน้าที่ป่าไม้ผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการ จำนวนรวม 233 คน โดยกำหนดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (n) โดยใช้สูตรของ Yamane ได้จำนวนเจ้าหน้าที่ป่าไม้ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 147 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ จำนวน 30 คน เพื่อคำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α -coefficient) โดยใช้วิธีของครอนบาช (Cronbach, 1970) ซึ่งสามารถคำนวณค่าแอลฟา ได้เท่ากับ 0.932 จากนั้นจึงได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้วไปสอบถามเจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- 1) ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจและสังคมของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา รายได้ ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปราม พื้นที่ปฏิบัติงาน ภาวะหนี้สิน ประสบการณ์ในการฝึกอบรม การได้รับพิจารณาความดีความชอบ การมีโรคประจำตัว และการมีอาชีพเสริม

2) ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ และสัตว์ป่าของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตรวจยึดจับกุม ค้น สืบสวน ตามระเบียบและกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้และสัตว์ป่า และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยให้เลือกตอบจำนวน 20 ข้อ

3) ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด ประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านนโยบายการบริหารงาน ด้านผู้บังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ด้านความมั่นคงทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ และด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน โดยให้เลือกตอบจำนวน 50 ข้อ พร้อมทั้งให้ระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจน้อย ถึง น้อยมาก

4) ตอนที่ 4 ผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดและปลายปิด ประกอบด้วย ผลการปฏิบัติงานตรวจลาดตระเวนป้องกันและปราบปรามการกระทำผิด การตรวจสอบข้อเท็จจริงตามเรื่องร้องเรียน การตรวจยึดจับกุมดำเนินคดีการกระทำผิด การอารักขารักษาความปลอดภัยแก่ผู้บังคับบัญชา/บุคคลสำคัญการบินตรวจสอบสภาพป่าและไฟป่า การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ข่าวสารแก่นักเรียนเยาวชน และประชาชนเพื่อป้องกันการกระทำผิด การช่วยเหลือประชาชนผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ การอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในเทศกาลวันสำคัญต่างๆ กิจกรรมด้านการอนุรักษ์ป่าไม้และสัตว์ป่า การเข้าร่วมฝึกอบรมพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และการดำเนินการอื่นๆ

5) ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำไปสอบถามเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในส่วนกลาง ผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ส่วนเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในภูมิภาค ใช้วิธีการส่งแบบสอบถามไปยังเจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่าง พร้อมคำอธิบายชี้แจงรายละเอียดการตอบแบบสอบถาม และเมื่อเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ส่งคืนกลับมาให้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของเจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (description analysis) ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ ข้อที่ตอบถูก ให้คะแนนเท่ากับ 1 และข้อที่ตอบผิด ให้คะแนนเท่ากับ 0 สำหรับการแจกแจงความถี่และคะแนนของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับช่วงคะแนนความรู้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างระหว่างชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{20 - 0}{5} \\ &= 4 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับความรู้ ดังนี้

ช่วงคะแนน 17 – 20	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความรู้มากที่สุด
ช่วงคะแนน 13 – 16	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความรู้มาก
ช่วงคะแนน 9 – 12	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความรู้ปานกลาง
ช่วงคะแนน 5 – 8	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความรู้น้อย
ช่วงคะแนน 0 – 4	คะแนน	หมายถึง	มีระดับความรู้ที่น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ โดยใช้มาตรวัดตัวแปรเป็นแบบมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's scale) โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 1) พึงพอใจมากที่สุด (5 คะแนน) 2) พึงพอใจมาก (4 คะแนน) 3) พึงพอใจปานกลาง (3 คะแนน) 4) พึงพอใจน้อย (2 คะแนน) และ 5) ไม่พึงพอใจ (1 คะแนน) จากนั้นนำคะแนนดังกล่าว มาอธิบายความหมายระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ มาหาค่าเกณฑ์ความพึงพอใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว เมื่อได้ค่าเฉลี่ยแล้ว สามารถแปลความหมายความพึงพอใจได้ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับสูงมาก

3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับสูง

2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับน้อยมาก

1.4 ผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

1.5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลอ้างอิงโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือที่ระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจในการปฏิบัติงานด้วยตัวแปรอิสระที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ รายได้ ประสบการณ์ในการฝึกอบรม การได้รับพิจารณาความดีความชอบ การมีโรคประจำตัว และการมีอาชีพเสริม ทดสอบโดย t-test

2.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าคะแนนความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของตัวแปรอิสระที่จำแนกได้มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ภูมิภาค อาชีพ ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปราม และระดับความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ทดสอบโดย One-Way ANOVA

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 166 คน (คิดเป็นร้อยละ 91.21) มีอายุระหว่าง 41 - 45 ปี (คิดเป็นร้อยละ 45.05) อายุเฉลี่ย 45.88 ปี เมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) (คิดเป็นร้อยละ 37.36) สมรสแล้ว (คิดเป็นร้อยละ 71.98) มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ (คิดเป็นร้อยละ 32.97) รายได้เฉลี่ย 18,633.77 บาทต่อปี ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติเป็นพนักงานราชการ (คิดเป็นร้อยละ 73.08) มีอายุราชการตั้งแต่ 11 - 20 ปี (คิดเป็นร้อยละ 36.26) ระยะเวลาปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปราม ตั้งแต่ 11 - 20 ปี (คิดเป็นร้อยละ 41.21) พื้นที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ (คิดเป็นร้อยละ 32.97) มีภาวะหนี้สิน (คิดเป็นร้อยละ 92.30) เจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยผ่านประสบการณ์ในการฝึกอบรม (คิดเป็นร้อยละ 72.53) และไม่เคยได้รับพิจารณาความดีความชอบ (คิดเป็นร้อยละ 62.09) ส่วนโรคประจำตัว พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบว่ามีโรคประจำตัว (คิดเป็นร้อยละ 82.97)

2. ระดับความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามของเจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่จำนวน 96 คน มีระดับความรู้ปานกลาง (คิดเป็นร้อยละ 50.55) มีระดับความรู้มาก (คิดเป็นร้อยละ 40.66) และมีระดับความรู้มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 3.84)

3. ผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามของเจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานตรวจลาดตระเวนป้องกันและปราบปรามการกระทำผิด (คิดเป็นร้อยละ 81.87) การตรวจสอบข้อเท็จจริงตามเรื่องร้องเรียน (คิดเป็นร้อยละ 79.67) การตรวจยึดจับกุมดำเนินคดีการกระทำผิด (คิดเป็นร้อยละ 78.57) โดยตรวจยึดจับกุมเฉลี่ย 29 คดีต่อปี การอารักขารักษาความปลอดภัยแก่ผู้บังคับบัญชา/บุคคลสำคัญ (คิดเป็นร้อยละ 71.43) การบินตรวจสอบสภาพป่าและไฟป่า (คิดเป็นร้อยละ 31.30) สำหรับด้านการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ข่าวสารแก่นักเรียน เยาวชนและประชาชน เพื่อป้องกันการกระทำผิด เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีการปฏิบัติงาน (คิดเป็นร้อยละ 58.79) การช่วยเหลือประชาชนผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ (คิดเป็นร้อยละ 65.93) การปฏิบัติภารกิจอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในเทศกาลวันสำคัญต่างๆ มีการปฏิบัติ (คิดเป็นร้อยละ 63.74) ส่วนผลการปฏิบัติงานเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ป่าไม้และสัตว์ป่า พบว่า เจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนใหญ่มีการปลูกฟื้นฟูป่า (คิดเป็นร้อยละ 65.93) ดับไฟป่า (คิดเป็นร้อยละ 41.76) และสร้างฝาย (คิดเป็นร้อยละ 39.01)

4. ความพึงพอใจ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่าง

4.1 ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ด้าน พบว่า เจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 เมื่อพิจารณาผลความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า ด้านนโยบายการบริหารงานอยู่ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ด้านผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงานอยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ด้านความมั่นคงในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และด้านสวัสดิการและค่าตอบแทนอยู่ในระดับน้อย คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.04 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่าง

n = 182

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย/S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านนโยบายการบริหารงาน	3.34 (0.848)	ปานกลาง
2. ด้านผู้บังคับบัญชา	3.49 (0.795)	สูง
3. ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน	3.52 (0.884)	สูง
4. ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน	3.17 (0.889)	ปานกลาง
5. ด้านความมั่นคงในการทำงาน	3.36 (0.980)	ปานกลาง
6. ด้านการยอมรับนับถือ	3.28 (0.706)	ปานกลาง
7. ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	2.04 (0.928)	น้อย
ค่าเฉลี่ย	3.17 (0.861)	ปานกลาง

4.2 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คิดเป็นร้อยละ 71.60) และด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน (คิดเป็นร้อยละ 41.60) ส่วนข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน พบว่า ส่วนใหญ่เสนอให้มีการปรับปรุงด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน (คิดเป็นร้อยละ 55.68) และเสนอให้มีการปรับปรุงด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คิดเป็นร้อยละ 23.86)

5. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างจากการทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ มีเพียงตัวแปรภูมิภานา และลักษณะงานที่ปฏิบัติที่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ กล่าวคือ เจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่างภูมิภานา และลักษณะงานที่ปฏิบัติแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย เนื่องจากเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาทางสถาบันการศึกษาทางด้านป่าไม้ และบางส่วนปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องทางด้านการป้องกันและปราบปรามค่อนข้างมีระยะเวลานาน ทำให้เจ้าหน้าที่ป่าไม้มีความรู้และประสบการณ์ในด้านนี้ แต่อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างควรจะมีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามอยู่ระดับมากขึ้นไป เพราะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้เกี่ยวข้องกับการจับ ตรวจค้น สืบสวน และดำเนินคดี รวมทั้งเป็นพยานเบิกความในชั้นการพิจารณาคดี ซึ่งต้องเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายบัญญัติไว้ หากเจ้าหน้าที่ป่าไม้มีความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานไม่เพียงพอ

อาจทำให้การปฏิบัติงานไม่ชอบด้วยกฎหมาย เสี่ยงต่อการถูกผู้กระทำความผิดฟ้องดำเนินคดีกลับได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวาลย์ โตตั้ง (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ต่อผลการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดกฎหมายว่าด้วยการป่าไม้ ในท้องที่จังหวัดชุมพร ที่พบว่า เจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจกฎหมายว่าด้วยการป่าไม้อยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยเพิ่มศักดิ์ วงษ์ดี (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ ลูกจ้างชั่วคราวป่าไม้ด้านป้องกันและปราบปรามของอุทยานแห่งชาติ จังหวัดกาญจนบุรี ที่พบว่า ลูกจ้างชั่วคราวป่าไม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้กฎหมายว่าด้วยการป่าไม้อยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ การปฏิบัติงานเกี่ยวกับตรวจลาดตระเวนป้องกันและปราบปรามการกระทำผิด ตรวจสอบข้อเท็จจริงตามเรื่องร้องเรียน และการตรวจยึดจับกุมดำเนินคดีการกระทำผิด เนื่องจากเป็นภารกิจหน้าที่หลักของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ สำหรับการปฏิบัติงานอื่นๆ เช่น การบินตรวจสอบสภาพป่าและไฟป่า การช่วยเหลือประชาชนผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ กิจกรรมด้านการอนุรักษ์ป่าไม้ และสัตว์ป่า เป็นภารกิจรองที่เจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างได้ปฏิบัติต่อเมื่อได้รับการประสานหรือเข้าไปสนับสนุนการดำเนินงานกับหน่วยราชการอื่น

3. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ด้าน ผลการศึกษา พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ป่าไม้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและสูง ได้แก่ ด้านนโยบายการบริหาร ด้านผู้บังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความมั่นคงในการทำงาน และด้านการยอมรับนับถือ มีเพียงด้านด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน เจ้าหน้าที่ป่าไม้มีความพึงพอใจในระดับน้อย เนื่องจากเจ้าหน้าที่ป่าไม้ยังไม่ได้รับการปรับปรุงสวัสดิการและค่าตอบแทนเท่าที่ควร โดยเฉพาะสวัสดิการความช่วยเหลือของทางราชการในด้านรูปแบบและเครื่องแต่งกาย และด้านอาวุธปืนพกประจำกายของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ผู้ปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปราม เพราะมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ และระเบียบของทางราชการ ทำให้เจ้าหน้าที่ป่าไม้ต้องแบกรับภาระในการซื้อเครื่องแบบและเครื่องแต่งกาย รวมทั้งอาวุธปืนพกประจำกายเอง ซึ่งคิดเป็นค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับเงินเดือนที่เจ้าหน้าที่ป่าไม้ที่ได้รับ สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติศักดิ์ สารรัตน์ (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ในหน่วยประสานงานป้องกันรักษาป่า สังกัดสำนักงานประสานงานภาคสนามที่ 2 (ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ) พบว่า เจ้าหน้าที่ป่าไม้มีระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในด้านผู้บังคับบัญชา และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีระชัย รอดเดช (2551) ได้ศึกษาสภาพการปฏิบัติงานและแนวทางการพัฒนาเจ้าหน้าที่ป่าไม้ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่พบว่า เจ้าหน้าที่ป่าไม้มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานด้านผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสวัสดิการและงบประมาณ ด้านความปลอดภัยของสถานที่ทำงาน อุปกรณ์และเครื่องมือสื่อสาร เจ้าหน้าที่ป่าไม้มีความพึงพอใจในระดับน้อย

4. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ภูมิลาเนาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน เนื่องจากการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นงานเกี่ยวกับการลาดตระเวน จับกุม สืบหาข่าว ที่มีความเสี่ยงซึ่งต้องอาศัยความชำนาญในพื้นที่เป็นอย่างมาก หากเจ้าหน้าที่ป่าไม้มีภูมิลาเนาในท้องที่จังหวัดอื่น ที่ไม่อยู่ในหรือใกล้เคียงพื้นที่ปฏิบัติงาน อาจทำให้การปฏิบัติงานค่อนข้างมีข้อจำกัด ทั้งในเรื่องของพื้นที่ ภาษา และภูมิสังคม อีกทั้งยังห่างไกลครอบครัวที่ต้องอุปการะ และ 2) ลักษณะงานที่ปฏิบัติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน โดยเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะงานทั้งประจำสำนักงานและภาคสนาม มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงกว่ากลุ่มลักษณะงานประจำสำนักงาน และกลุ่มลักษณะงานภาคสนาม เนื่องจากเจ้าหน้าที่ป่าไม้กลุ่มตัวอย่างได้ปฏิบัติงานทั้งประจำสำนักงานและภาคสนาม ทำให้มีความรู้และประสบการณ์ทำงานที่หลากหลาย ทั้งงานธุรการ ระเบียบขั้นตอนแนวทางปฏิบัติ มาตรการ และแผนปฏิบัติการด้านการป้องกันรักษา รวมทั้งการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ในภาพรวมตามอำนาจหน้าที่แล้วนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานใน

ภาคสนาม ทำให้มีประสิทธิภาพในการทำงานด้านการป้องกันและปราบปราม โดยเฉพาะพื้นที่เสี่ยงต่อการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ โดยผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเดชา นิลวิเชียร (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ประจําส่วนป้องกันและปราบปรามที่ 4 (ภาคใต้) กรมป่าไม้ พบว่า ภูมิลาเนาเดิมและลักษณะงานไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนายวรพจน์ ทรัพย์เกิด (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง พบว่า ลักษณะงานที่ได้รับแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬารัตน์ พรหมสุวรรณ (2553) ได้ศึกษาการพัฒนาบทบาทเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการควบคุมไฟป่า กรมป่าไม้ พบว่า ภูมิลาเนาเดิมที่แตกต่างกันมีความพร้อมในการปฏิบัติงานด้านควบคุมไฟป่าไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการปรับปรุงการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปราม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ดังนี้

1. สร้างขวัญกำลังใจในการทำงานให้กับเจ้าหน้าที่อย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะผลประโยชน์ค่าตอบแทนของเจ้าหน้าที่ เช่น การเพิ่มเบี้ยเลี้ยง และค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าล่วงเวลา เป็นต้น รวมทั้งการปรับปรุงระบบสวัสดิการของเจ้าหน้าที่
2. จากการศึกษา พบว่า เจ้าหน้าที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุมาก อาจมีข้อจำกัดในการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามในบางลักษณะงาน ดังนั้น จึงควรมีการวิเคราะห์อัตราค่าจ้างเจ้าหน้าที่และการประเมินค่างานภายในหน่วยงานให้มีความเหมาะสม เพื่อนำมาจัดทำแผนความต้องการการกอบอัตราค่าจ้างเจ้าหน้าที่ด้านการป้องกันและปราบปรามในการขอรับการสนับสนุนไปยังสำนักงาน ก.พ. สำหรับจัดจ้างเป็นพนักงานราชการเพิ่มเติม หรือเกลี่ยอัตราค่าจ้างหรือสับเปลี่ยนเจ้าหน้าที่ที่มีอายุน้อยไปปฏิบัติงานในหน่วยงานที่มีความต้องการเจ้าหน้าที่ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
3. ควรมีการจัดฝึกอบรมภาคทฤษฎีให้ความรู้เกี่ยวกับระเบียบและข้อกฎหมายเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ให้กับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ทุกระดับอย่างเข้มข้น และจัดให้มีการสอบหรือฝึกทบทวนในระดับหน่วยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ
4. ควรปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ให้มีความทันสมัย เข้าใจง่าย และควรมีการรวบรวมระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานให้เป็นหมวดหมู่ มีการเพิ่มเติมระเบียบกฎหมาย ความเห็นทางกฎหมายที่ออกใหม่ รวมทั้งให้จัดทำข้อมูลปัญหาหรือคำถามในการปฏิบัติงานที่พบบ่อย พร้อมคำตอบโดยเผยแพร่ทางเว็บไซต์หรือเพจของหน่วยงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ขอบด้วยกฎหมาย
5. ควรมีการจัดสรรงบประมาณ และจัดหาอัตราค่าจ้าง ยานพาหนะ วิทยุสื่อสาร อาวุธปืน อุปกรณ์ด้านความปลอดภัย และอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสมเพียงพอ รวมทั้งนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม
6. ควรมีการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และการศึกษาวิจัยทางวิชาการด้านการป้องกันรักษาป่า โดยจัดตั้งฝ่ายวิชาการขึ้นภายในส่วนยุทธการด้านป้องกันและปราบปรามเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดการความรู้และงานวิจัยทางวิชาการ
7. ควรมีการจัดประชุมถอดบทเรียนในการแก้ไขปัญหาการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้เป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ และระดมความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ส่วนยุทธการด้านป้องกันและ

ปราบปราม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปจัดทำแนวทาง แผนปฏิบัติงาน และนำไปกำหนดทิศทางและรูปแบบการปฏิบัติงานในอนาคตให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

8. กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ควรปรับปรุงระบบการย้ายไปปฏิบัติราชการเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการ โดยให้มีการระบุตำแหน่งที่ว่างของหน่วยงานในสังกัดต่างๆ ให้เจ้าหน้าที่ได้ทราบอย่างเปิดเผย เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่มีเหตุผลความจำเป็น สามารถขอย้ายไปปฏิบัติราชการยังภูมิภาคอื่น หรือใกล้ครอบครัว หรือในท้องที่ที่ตนเองถนัดคุ้นเคย อันจะเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้กับเจ้าหน้าที่ป่าไม้

9. ควรมีการโยกย้ายสับเปลี่ยนหมุนเวียนเจ้าหน้าที่ป่าไม้ไปปฏิบัติงานในลักษณะงานด้านอื่นๆ บ้าง โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ป่าไม้ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานหรือลักษณะงานเดิมมาเป็นระยะเวลานาน เพื่อให้ได้เรียนรู้ลักษณะงานใหม่ๆ ที่อาจเป็นการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

10. ควรปรับปรุงภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ผู้ปฏิบัติงานการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ให้เป็นที่ยอมรับของผู้นำชุมชน ราษฎร และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้เกิดแนวร่วมในการปฏิบัติงานด้านอนุรักษ์ป้องกันทรัพยากรป่าไม้อย่างเข้มแข็งและเกิดประสิทธิภาพ

11. ผู้บังคับบัญชาควรพิจารณาความดีความชอบในการเลื่อนขั้นเงินเดือน ค่าจ้าง และค่าตอบแทน ของเจ้าหน้าที่ป่าไม้อย่างโปร่งใสเป็นธรรม โดยพิจารณาจากผลสำเร็จของงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และความพึงพอใจต่อการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ของผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้นำชุมชน ราษฎรในพื้นที่ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง องค์กรภาคเอกชน ลูกจ้างชั่วคราว และบุคคลภายนอกผู้ปฏิบัติงานให้ส่วนราชการในหน่วยงานภาคสนาม สังกัดกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนางานด้านการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ให้เกิดประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นต่อไป

2. ควรมีการศึกษาวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า ด้านตรวจสัตว์ป่า สายตรวจปราบปรามประจำสำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ และเจ้าหน้าที่หน่วยป้องกันรักษาป่า ซึ่งเจ้าหน้าที่ดังกล่าวได้ปฏิบัติงานป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้เช่นเดียวกัน เพื่อจะสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดมาตรการ แผนการปฏิบัติงานในภาพรวมของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ให้เกิดประสิทธิภาพ รวมทั้งพิจารณาหาแนวทางการสนับสนุนช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ตรงตามความต้องการของเจ้าหน้าที่ เพื่อเป็นขวัญกำลังใจต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมป่าไม้. (2558). *โครงการจัดทำข้อมูลสภาพพื้นที่ป่าไม้ปี พ.ศ. 2556 - 2557*. กรุงเทพฯ: สำนักจัดการที่ดินป่าไม้ กรมป่าไม้.
- กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2557). *แผนแม่บทแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรป่าไม้ การบุกรุกที่ดินของรัฐ และการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยกองทัพบก
- กิตติศักดิ์ สาริรัตน์. (2548). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ หน่วยประสานงานป้องกันรักษาป่า สังกัดสำนักงานประสานงานภาคสนามที่ 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารทรัพยากรป่าไม้)*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.

- จุฬาลักษณ์ พรหมสุวรรณ. (2553). การพัฒนาบทบาทของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการควบคุมไฟฟ้า กรมป่าไม้ (วิทยานิพนธ์ เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี.
- ชัชวาลย์ โตตั้ง. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ต่อผลการดำเนินงานคดีต่อผู้กระทำความผิดกฎหมายว่าด้วยการป่าไม้ ในท้องที่จังหวัดชุมพร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- เดชา นิลวิเชียร. (2546). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ประจำส่วนป้องกันและปราบปรามที่ 1 (ภาค กลาง) กรมป่าไม้ (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ธงชัย จารุพัฒน์. (2541). สถานการณ์ป่าไม้ของประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 37 ปี (พ.ศ.2504 - พ.ศ.2541). กรุงเทพฯ: ส่วนวิเคราะห์ทรัพยากรป่าไม้ สำนักวิชาการป่าไม้ กรมป่าไม้.
- พระราชกฤษฎีกาโอนกรมป่าไม้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ไปเป็นกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงอำนาจหน้าที่และกิจการของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กรมป่าไม้ และกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2546. (2546, 30 กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 120 ตอนที่ 93 ก. หน้า 6 - 11.
- เพิ่มศักดิ์ วงษ์ดี. (2547). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของลูกจ้างชั่วคราวป่าไม้ ด้านป้องกันและปราบปรามของอุทยาน แห่งชาติ จังหวัดกาญจนบุรี. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตการบริหารทรัพยากรป่าไม้). มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- วรพจน์ ทรัพย์เกิด. (2550). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. (การศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- วีระชัย รองเดช. (2551). การปฏิบัติงานและแนวทางพัฒนาเจ้าหน้าที่ป่าไม้ในจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส (วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี.

Received: 25-09-2020

Revised: 12-01-2021

Accepted: 18-01-2021

การประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน Evaluation of Performance of Preventing Crimes in Private Sector

เอกอนงค์ ศรีสำออง¹

Eakanong Srisumaung

eakanong17@gmail.comธนภัทร ปัจฉิม¹

Tanaphad Phadchim

md2517@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามกรอบการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน รวมทั้งเพื่อจัดทำเครื่องมือในการประเมินผลตัวชี้วัดทั้งระดับผลลัพธ์และระดับผลผลิตภายใต้กรอบการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการวิจัยผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณเป็นประชาชนจำนวน 1,250 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับ ทำการกระจายการเก็บข้อมูลจากประชาชนจำแนกตามประกาศคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดบูรณาการ เรื่องการจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (ฉบับที่ 3) แบ่งออกเป็น 7 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคใต้ชายแดน ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และส่วนกลาง (กรุงเทพมหานคร) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test และ ANOVA การวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามแนวทางการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน สอบถามกับหน่วยงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม จำนวน 42 คน โดยจำแนกการสัมภาษณ์ตามพื้นที่เช่นเดียวกับการวิจัยเชิงปริมาณ และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในการอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม 5 มาตรการ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกมาตรการ ซึ่งจากการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของประชาชนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมพบว่าผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม 5 มาตรการ จำแนกตามลักษณะเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว การเคยหรือไม่เคยเป็นผู้ที่

¹ โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

School of Law and Politics, Suan Dusit University

เกี่ยวข้องกับอาชญากรรม ลักษณะบริบทชุมชนที่อยู่อาศัย และการมีหรือไม่มีผู้นำ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในมาตรการที่ 3 การสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สินทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม นอกนั้นมาตรการอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษาระดับความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนภายใต้มาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพของประชาชน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบการป้องกันอาชญากรรมภายใต้มาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาระดับความหวาดกลัวของประชาชนต่อภัยอาชญากรรมภายใต้มาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ พบว่า ประชาชนมีความหวาดกลัวต่อภัยอาชญากรรมค่าเฉลี่ยในระดับมาก จึงควรเร่งปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบในสังคมร่วมกันให้กับเยาวชนตั้งแต่ในระดับวัยเรียน ปรับทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับอาชญากรรมว่าอาชญากรรมเป็นเรื่องไกลตัว และเป็นเพียงหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่รัฐ ส่งเสริมให้ชุมชนมีโครงการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการป้องกันการอาชญากรรมโดยเฉพาะการให้ความรู้ในการป้องกันภัย หาแนวทางเพื่อส่งเสริมให้ผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมในการกระตุ้นในประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมโครงการต่างๆ และให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมเพิ่มมากขึ้นเป็นต้น

คำสำคัญ: ประเมินผลการดำเนินงาน, การป้องกันอาชญากรรม, การมีส่วนร่วมของประชาชน

Abstract

The purposes of the study were to develop the way to follow up and evaluate the performance, according to the effective framework for criminal prevention, in terms of people's participation; and to develop a tool to evaluate the indicators for both the output and outcome levels regarding the same framework, in terms of people's participation. This study was conducted with the combination of the qualitative and quantitative methods.

The research sample for the quantitative method, were 1,250 people, questionnaires to collect data according to the announcement of provincial administration policy committee and integrated provincial groups regarding the establishment of provinces and the provinces that are the operational centers of the provinces (No. 3), divided into 7 regions, namely central, southern, southern border, eastern, north-eastern, northern and central area (Bangkok). The quantitative method was done with the help of the statistics of percentage, mean, standard deviation, T-test and ANOVA. The qualitative method was conducted with content analysis. The research sample for the qualitative method provided the data in the interview form asking about the guideline of criminal prevention in the private sector with 42 people. Besides, the sample also answered the questions about criminal prevention in the private sector, in terms of people's participation to the directly and indirectly relevant organizations.

The research findings revealed that the extent to which the sample participated into criminal prevention was on average in the moderate level. The results of comparing the participation of people in crime prevention in five measures were classified into gender, age, occupation status, household income. Number of family members who have or never been involved in a crime characteristic, context, residential community and the presence or absence of a leader in the third measure, community members were encouraged to take part in the prevention of crime, life, body, and property of both themselves and others to be safe from crime. Other measures no different. The findings about the confidence in security of people's lives and properties under the effective standard of criminal prevention, according to the research sample, revealed the average value in the moderate level. The findings related to people's fear of criminal danger under the effective standard of criminal prevention appeared in the high levels. Therefore, the youth should accelerate the awareness of social responsibility among the youth from the school age level. Adjusting people's attitudes about crime that crime is far-reaching and is just the responsibility of government officials. Encourage the community to have a program to enhance participation in crime prevention, especially through disaster prevention education. Find ways to encourage community leaders to be involved in encouraging local residents to participate in project activities. And to have continued operation and all sectors to take part in crime prevention more, etc.

Keywords: evaluate the performance, criminal prevention, people's participation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสังคมไทยปัญหาอาชญากรรมมีความรุนแรงขึ้น อันเนื่องมาจากความเจริญและมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามามากมาย ทำให้ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนในชุมชน เจ้าหน้าที่ตำรวจมีหน้าที่นอกจากป้องกันปราบปรามอาชญากรรมแล้ว ยังต้องคอยให้ความช่วยเหลือประชาชนในการจัดภัยบรรเทาทุกข์แก่สังคมและชุมชน ซึ่งในปัจจุบันเจ้าหน้าที่ตำรวจมีความพร้อมในการดำเนินงานในระดับหนึ่ง แต่ปัญหาอาชญากรรม ก็ยังมีให้พบเห็นอยู่ในสังคมอย่างต่อเนื่องและขยายวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะตามชุมชนหรือหมู่บ้านต่างๆ ส่งผลให้เกิดปัญหาหลากหลายตามมา จำเป็นอย่างยิ่งต้องแสวงหาความร่วมมือจากประชาชน ในการแก้ไขปัญหาอาชญากรรม จากการสำรวจสถิติอาชญากรรมภาคประชาชน (Crime Victimization Survey) โดยศูนย์พัฒนาข้อมูลกระบวนการยุติธรรม สำนักงานกิจการยุติธรรมพบว่า คดีอาชญากรรมที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ไม่ได้ถูกนำเข้าสู่กระบวนการยุติธรรม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมถึงร้อยละ 66.6 ไม่ได้แจ้งต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจ นอกจากนี้ จากการสำรวจของสำนักงานกิจการยุติธรรมร่วมกับศูนย์วิจัยเอแบคโพล มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้ศึกษาถึงโอกาสในการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมของประชาชน (อาชญากรรม 4 ประเภทหลัก ได้แก่ คดีชีวิตและร่างกาย คดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน คดีความผิดทางเพศ คดีถูกหลอกลวงหรือแอบอ้างใช้ข้อมูล/เอกสารส่วนตัว) พบว่า ข้อมูลสถิติอาชญากรรมของตำรวจจะบ่งชี้ว่าการรับแจ้งคดีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินจะมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ถ้าพิจารณาถึงโอกาสในการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมของประชาชนยังอยู่ในเกณฑ์สูง และมีคดีอาชญากรรมจำนวนมาก ที่ไม่ได้เข้าสู่กระบวนการยุติธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า มาตรการในการป้องกันอาชญากรรมของประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และไม่ควรปล่อยให้เจ้าหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพียงหน่วยงานเดียว การป้องกันอาชญากรรมจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน โดยการบูรณาการร่วมกันทั้งในทางด้านการกำลังคน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นให้ลดน้อยลงไป รวมทั้งสร้างความรู้สึกร่วมกันและความปลอดภัยและลดความหวาดกลัวเพื่อให้ประชาชนสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข

จะเห็นได้ว่าอาชญากรรมเป็นปัญหาที่สำคัญไม่ว่าจะมากหรือน้อยล้วนส่งผลต่อความสงบสุขของประชาชนทั้งสิ้น ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนำไปสู่การก่อให้เกิดความสูญเสียในด้านชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน และเสรีภาพของประชาชน เกิดความเสียหายขึ้นในสังคม ซึ่งการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงานให้เกิดความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ซึ่งหากได้รับความร่วมมือจากประชาชนการดำเนินงานในด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมก็จะสามารถบรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ในทางตรงกันข้ามหากไม่ได้ความร่วมมือจากประชาชนการดำเนินงานก็อาจจะล้มเหลวได้ การมีส่วนร่วมของประชาชน จึงเป็นการดำเนินงานร่วมกันของประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือองค์กรเอกชน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาของประชาชน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมในชุมชนนั้นๆ จะต้องร่วมมือกันวางแผนและการปฏิบัติงานเพื่อสนองความต้องการ หรือแก้ปัญหาของประชาชนในชุมชนในส่วนของ การแก้ไขปัญหาอาชญากรรม การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทที่มากขึ้นเป็นการให้ความสำคัญและเป็นการได้รับการยอมรับจากชุมชน (ผู้จัดการออนไลน์, 2558)

มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2560 ได้เห็นชอบกรอบแนวทางในการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ 6 ด้าน ตามที่สำนักงานกิจการยุติธรรม ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาการบริหารงานยุติธรรมแห่งชาติ เสนอภายหลังที่คณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบจึงนำมาสู่การนำกรอบแนวทางไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งการประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน จะยึดโยงกับการดำเนินการตามกรอบแนวทาง การป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 สภาพแวดล้อม ด้านที่ 2 การมีส่วนร่วมของประชาชน ด้านที่ 3

ป้องกันการกระทำผิดซ้ำ ด้านที่ 4 เฝ้าระวังกลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสกระทำความผิด ด้านที่ 5 ลดโอกาสการตกเป็นเหยื่อ และด้านที่ 6 การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากร (สำนักงานกิจการยุติธรรม, 2560)

จากกรอบแนวทางการป้องกันอาชญากรรมทั้ง 6 ด้าน ผู้วิจัยเห็นว่าการป้องกันอาชญากรรมโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นด้านที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการป้องกันอาชญากรรมทั้งในระดับสังคม ชุมชนและท้องถิ่น เพราะการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการดำเนินงานร่วมกันของประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือองค์กรเอกชน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาของประชาชน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมในชุมชนนั้นๆ จะต้องร่วมมือกันวางแผนและการปฏิบัติงานเพื่อสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของประชาชนในชุมชนในส่วนของ การแก้ไขปัญหาอาชญากรรม การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทที่มากขึ้นเป็นการให้ความสำคัญและเป็นการได้รับการยอมรับจากชุมชนที่แท้จริง

อย่างไรก็ตามการป้องกันอาชญากรรม โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วม ในการป้องกันอาชญากรรม รวมถึงการสร้างจิตสำนึกเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันในการป้องกันสังคมจากปัญหาอาชญากรรม อาทิ การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วน เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมด้วยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ นอกจากนี้ยังเป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วม ในการป้องกันอาชญากรรมในชีวิตร่างกายและทรัพย์สิน ทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม เช่น การสร้างเครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน แจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านอาชญากรรมร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญของการทำวิจัยเกี่ยวกับการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน กรณีศึกษาด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรที่ปฏิบัติภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรม ทั้งภารกิจทางตรงและทางอ้อมร่วมกับภาคประชาชน เพื่อให้การป้องกันปัญหาอาชญากรรมเกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามกรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ
2. เพื่อจัดทำเครื่องมือในการประเมินผลตัวชี้วัดทั้งระดับผลลัพธ์และระดับผลผลิตภายใต้กรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ
3. เพื่อศึกษาประเด็นการมีส่วนร่วมของประชาชนอันนำไปสู่การสร้างแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรที่ปฏิบัติภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมทั้งภารกิจทางตรงและทางอ้อมร่วมกับภาคประชาชน เพื่อให้การป้องกันปัญหาอาชญากรรมเกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

นิยามศัพท์

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม หมายถึง การส่งเสริมให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม รวมถึงการสร้างจิตสำนึกเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันในการป้องกันสังคมจากปัญหาอาชญากรรม ประกอบด้วย 5 มาตรการ ซึ่งนำมาจากตัวชี้วัดของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2560 ว่าด้วยกรอบแนวทางในการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพด้านที่ 2 ด้านการป้องกันอาชญากรรมโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนประกอบไปด้วย

1) เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม

2) ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้ม ปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป

3) สนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สิน ทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม

4) ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านอาชญากรรม

5) จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ

อาชญากรรม หมายความว่า การกระทำความผิดของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งขัดต่อกฎหมายอันได้บัญญัติเป็นข้อห้ามไว้ ฉะนั้น ผู้ประกอบอาชญากรรมหรือผู้กระทำความผิดจะต้องได้รับโทษ

ความร่วมมือจากประชาชน หมายความว่า การได้รับความร่วมมือจากประชาชนในการณรงค์ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในการแจ้งข่าวสาร ชี้เบาะแส และแจ้งเบาะแสของคนร้าย

การป้องกันและปราบปราม หมายความว่า การมีมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของเจ้าหน้าที่ตำรวจในการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและปราบปราม โดยมุ่งเน้นให้เกิดความปลอดภัยและความสงบสุขของประชาชน

การประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมตามกรอบป้องกันอาชญากรรม 6 ด้าน หมายความว่า การออกแบบและสร้างแนวทางการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมตามกรอบป้องกันอาชญากรรม 6 ด้าน ประกอบไปด้วย การป้องกันอาชญากรรมโดยสภาพแวดล้อม การป้องกันอาชญากรรมโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน การป้องกันอาชญากรรมด้วยการป้องกันการกระทำผิดซ้ำ การป้องกันอาชญากรรมโดยการเฝ้าระวังกลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสจะกระทำความผิด การป้องกันอาชญากรรมโดยการลดโอกาสการตกเป็นเหยื่อ และการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรในการป้องกันอาชญากรรม อันมาจากตัวชี้วัดของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2560 ว่าด้วยกรอบแนวทางในการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ 6 ด้าน

แนวทางการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามกรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ หมายความว่า การศึกษาวิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามกรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ เพื่อนำเสนอต่อหน่วยงานในระดับนโยบายหรือภาครัฐไปดำเนินการ

เครื่องมือในการประเมินผลตัวชี้วัดทั้งระดับผลลัพธ์และระดับผลผลิตภายใต้กรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ หมายความว่า เล่มคู่มือที่ภาครัฐหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนจะนำเล่มคู่มือนี้ไปใช้เป็นกรอบหรือเครื่องมือในการประเมินผลตัวชี้วัดทั้งระดับผลลัพธ์และระดับผลผลิตภายใต้กรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้แนวทางการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนเพื่อที่หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน จะนำไปดำเนินงานติดตามประเมินผลการดำเนินงานต่อไป
2. ได้เครื่องมือที่เป็นเล่มคู่มือในการประเมินผลตัวชี้วัดทั้งระดับผลลัพธ์และระดับผลผลิตภายใต้กรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ
3. ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนทั้งในระดับพื้นที่และในภาพรวมของประเทศโดยเฉพาะประเด็นการมีส่วนร่วมของประชาชน อันนำไปสู่แนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรที่ปฏิบัติการกิจที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมทั้งภารกิจทางตรงและทางอ้อมร่วมกับภาคประชาชน เพื่อให้การป้องกันปัญหาอาชญากรรมเกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบตัวแปรที่ได้ทำการศึกษาตามตัวชี้วัดของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2560 ว่าด้วยกรอบแนวทางในการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพด้านที่ 2 ด้านการป้องกันอาชญากรรมโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนมี 5 ด้าน ประกอบไปด้วย

1. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม
2. ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป
3. สนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สิน ทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม
4. ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชนเครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชนเพื่อแจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านอาชญากรรม
5. จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ

จากนั้นทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับประชาชนด้วยการคัดเลือกจังหวัดในการเก็บข้อมูลดังนี้ 1. จำแนกตามประกาศคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดบูรณาการ เรื่องการจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (ฉบับที่ 3) แบ่งออกเป็น 7 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคใต้ชายแดน ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และส่วนกลาง (กรุงเทพมหานคร) 2. คัดเลือกจังหวัดที่มียอดการกระทำผิดสูงสุดติดต่อกัน 3 ปี (พ.ศ. 2558 - 2560) จากสถิติคดีอาญาความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ ประกอบไปด้วยคดีที่มีการรับแจ้งคดีความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ / คดีฆ่าผู้อื่น / คดีทำร้ายผู้อื่นถึงแก่ความตาย / คดีพยายามฆ่า / คดีทำร้ายร่างกาย / คดีข่มขืนกระทำชำเรา / และอื่นๆ จำแนกตามประเภทความผิดรายจังหวัด จากรายงานสถานการณ์อาชญากรรม

และกระบวนการยุติธรรม สำนักงานกิจการยุติธรรม เล่มปี พ.ศ. 2558 – 2560 3. ใช้ฐานข้อมูลสถิติคดีอาญาความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ ประกอบไปด้วยคดีที่มีการรับแจ้งคดีความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ / คดีฆ่าผู้อื่น / คดีทำร้ายผู้อื่นถึงแก่ความตาย / คดีพยายามฆ่า / คดีทำร้ายร่างกาย / คดีข่มขืนกระทำชำเรา / และอื่นๆ จากยอดแจ้งจับ และคดีจับกุม พ.ศ. 2560 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ รายงานสถานการณ์อาชญากรรมและกระบวนการยุติธรรม สำนักงานกิจการยุติธรรม เล่มปี พ.ศ. 2560 และ 4. ทำการสุ่มตัวอย่างประชากรโดยใช้เทคนิคการหากลุ่มตัวอย่างของทอโรยามาเน่ จากยอดการแจ้งจับ และจับกุมในคดีอาญาความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ จำแนกตามประเภทความผิดรายจังหวัด พ.ศ. 2560 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้จำนวนประชาชน 1,250 คน

การออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ออกแบบเป็นแบบสอบถามข้อคำถามปลายปิดแบบประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ จากนั้นทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการพิจารณาค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ทำการตรวจสอบโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.83 ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ สถิติค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สถิติที่ใช้ในอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ANOVA

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางสนับสนุน ได้แก่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ หน่วยงานในกระบวนการยุติธรรมที่เกี่ยวข้องกับการกระทำผิดซ้ำ (กรมราชทัณฑ์ กรมคุมประพฤติ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน) กรมการปกครอง กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรุงเทพมหานคร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ตำรวจชุมชน เครือข่ายภาคประชาชนจำนวนทั้งหมด 42 คน โดยใช้หลักการกระจายการเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับการวิจัยเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจำแนกและจัดระบบหมวดหมู่ข้อมูล (Typology and Taxonomy) และวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation)

ผลการวิจัย

1. แนวทางการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามกรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ

1) ภาครัฐและหน่วยงานรัฐทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมโดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป ควรที่จะหาแนวทางสร้างจิตสำนึก กระตุ้นให้สังคม ประชาชนทุกกลุ่มได้ตระหนักถึงความสำคัญและเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อป้องกันปัญหาอาชญากรรมในชุมชน รวมถึงขอความร่วมมือในการดูแลตรวจตรา แจ้งเบาะแสอาชญากรรมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพราะผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีการแจ้งสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรมให้คนในพื้นที่ทราบยังอยู่ในระดับน้อยกว่าประเด็นอื่นๆ ในส่วนของภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการเผยแพร่ข้อมูล ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมและการป้องกันอาชญากรรมได้ง่าย สะดวก รวดเร็วมมากขึ้น แนวทางที่ควรดำเนินการ ได้แก่

1.1 ระบบและกลไกการสร้างจิตสำนึก กระตุ้นให้สังคม ประชาชนทุกกลุ่มได้ตระหนักถึงความสำคัญและเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อป้องกันปัญหาอาชญากรรมในชุมชน

1.2 ระบบการแจ้ง เตือนภัย เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านอาชญากรรม การป้องกันอาชญากรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม ต่อเนื่อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์

1.3 พัฒนาศมรรถนะ เครื่องมือในการสอดส่องดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนให้สามารถใช้การได้อย่างต่อเนื่อง อาทิจาก CCTV

2) สนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สินทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม แนวทางในการดำเนินงาน ได้แก่

2.1. การกระตุ้นผ่านผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นผู้นำชุมชนโดยตำแหน่ง และผู้นำชุมชนตามธรรมชาติ สามารถดำเนินการร่วมกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรมการพัฒนาชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

2.2. สร้างความต่อเนื่องเกี่ยวกับแผนการดำเนินมาตรการสร้างหมู่บ้านและชุมชนเข้มแข็ง

2.3. จัดกิจกรรมดึงเอาพลึงเด็กและเยาวชนมาเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครตามโครงการจิตอาสา รวมทั้งควรมีการอบรมความรู้เบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การลงมือปฏิบัติได้จริงในแต่ละประเภทงานอาสา

2.4. การดึงกลุ่มเด็กและเยาวชนซึ่งเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนไปในทางการกระทำความผิดให้กลับเข้าสู่วิถีทางที่ถูกต้อง สามารถขอความร่วมมือกับภาคเอกชนในการสนับสนุนหรือจัดกิจกรรมการบริการสังคมโดยใช้โครงการจิตอาสาเป็นเครื่องในการขับเคลื่อนด้วย

2.5. พิจารณาคำตอบแทนหรือสวัสดิการให้กับตำรวจชุมชน / อปพร. เพื่อเป็นกำลังใจในการทำงานให้กับชุมชนต่อไป

3) เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม เนื่องจากประชาชนยังมองว่าอาชญากรรมเป็นเรื่องไกลตัวหากตนหรือครอบครัวไม่ได้รับผลกระทบทางตรงจากปัญหาอาชญากรรม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องปากท้อง การประกอบอาชีพเป็นหลักในชีวิตประจำวันมากกว่าการเข้าไปร่วมกิจกรรม แนวทางในการดำเนินงาน ได้แก่

3.1. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือจากภาคประชาสังคมและหน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

3.2. ส่งเสริมและสนับสนุนสถานศึกษา ร่วมกับเครือข่ายในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนอย่างยั่งยืน ร่วมมือกับสถานศึกษาและเครือข่าย ในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาในสถานศึกษาโดยกำหนดให้มีสถานศึกษาต้นแบบในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนอย่างยั่งยืน

3.3. ควรเร่งประชาสัมพันธ์ เพื่อความเข้าใจกับประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งเน้นที่ชุมชนฐานรากให้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดหาวิธีการแก้ไขปัญหา ในลักษณะรวมพลังสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง โดยประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่จะต้องเข้ามาพูดคุยกัน และร่วมวางแผนทางแก้ไขปัญหาคือความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต

3.4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมต้องมีการปรับกลยุทธ์จากการตั้งรับรอให้อาชญากรรมเกิดขึ้นก่อนมาเป็นการรุกเพื่อป้องกันอาชญากรรมไม่ให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการเชื่อมโยงสร้างสัมพันธ์เป็นแนวร่วมกับภาคประชาชนไว้ให้ได้อย่างเหนียวแน่นแล้ว

3.5. นโยบายควรเร่งส่งเสริมการกระจายอำนาจในการกิจการป้องกันอาชญากรรมในกับหน่วยงานระดับท้องถิ่น แทนที่จะมองว่าเป็นภาระหน้าที่ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพียงอย่างเดียว

4) ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อ

แจ้งข่าว ให้เบาแสด้านอาชญากรรม เนื่องจากในชุมชนมีการส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการของเครือข่ายยุติธรรมชุมชน แต่มีการเข้าร่วมการทำงานหรือเป็นส่วนหนึ่งกับเครือข่ายต่างๆ อยู่ในระดับน้อยเพราะเหตุผลทางด้านเศรษฐกิจ และความสะดวกส่วนบุคคลของประชาชน แนวทางการดำเนินงาน ได้แก่

4.1. การสร้างความเข้าใจเพื่อลดความหวาดกลัวของประชาชนในชุมชนหากในชุมชนทราบว่ามีผู้กระทำความผิดที่ได้รับการปล่อยตัวแล้วมาอาศัยอยู่ด้วยในบริเวณชุมชน ร่วมกับนโยบายของกรมราชทัณฑ์ที่ต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในพันธกิจคืนคนดีสู่สังคม

4.2. การลงนามในบันทึกข้อตกลงร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบลต่างๆ ของเรือนจำ จึงเป็นกระบวนการที่สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมและประชาชนที่ต้องการให้เกิดสังคมสันติสุข ป้องกันสังคมจากอาชญากรรมได้

4.3. นโยบายของกรมพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชนควรที่จะส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมจิตอาสา “เราทำความดี ด้วยหัวใจ” โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อต่างๆ ควรช่วยกันส่งเสริมภาพลักษณ์

4.4. หน่วยงานราชการควรให้มีการจัดกิจกรรมการยกย่องเชิดชูเกียรติกลุ่มบุคคลจิตอาสาที่ทำความดีอย่างต่อเนื่อง เพราะจิตอาสา นั้น ไม่ได้รับและไม่ได้ประสงค์สิ่งใดตอบแทนจึงควรมีการจัดกิจกรรมสร้างขวัญและกำลังใจต่อบุคคลผู้ทำความดี

5) จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาอาชญากรรม ร่วมกับหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากในชุมชนมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาอาชญากรรม ร่วมกับหน่วยงานของรัฐ แต่มีการเข้าร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมดังกล่าวอยู่ในระดับน้อยเพราะเหตุผลทางด้านเศรษฐกิจ และความสะดวกส่วนบุคคลของประชาชน แนวทางการดำเนินงาน ได้แก่

5.1. สร้างความต่อเนื่องเกี่ยวกับแผนการดำเนินมาตรการสร้างหมู่บ้านและชุมชนเข้มแข็ง

5.2. การดำเนินโครงการป้องกันอาชญากรรม เพื่อเตือนภัยด้านการท่องเที่ยวและคำแนะนำในการป้องกันภัยจากการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

5.3. ประชาสัมพันธ์ช่องทางการร้องเรียน ร้องทุกข์ และข้อมูลเกี่ยวกับการช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องการดำเนินคดีเมื่อนักท่องเที่ยวต้องขึ้นศาล ของกองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติอันดีต่อการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

5.4. ควรมีการติดตามผลการดำเนินงานของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

5.5. จัดกิจกรรมอบรมกระตุ้นและให้ความรู้ อย่างต่อเนื่องทุก 2 - 3 เดือน และควรเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมโดยเฉพาะ

5.6. กำหนดนโยบายส่งเสริมกิจกรรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมในระดับพื้นที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดต่างๆ ซึ่งขับเคลื่อนโดยหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับสำนักงานยุติธรรมจังหวัด สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สถาบันการศึกษาในพื้นที่ เป็นต้น

2. เครื่องมือในการประเมินผลตัวชี้วัดทั้งระดับผลลัพธ์และระดับผลผลิตภายใต้กรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

เครื่องมือในการประเมินผลตัวชี้วัดทั้งระดับผลลัพธ์และระดับผลผลิตภายใต้กรอบการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ดำเนินการจัดทำตามกรอบแนวทางในการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ

ด้านที่ 2 ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2560 โดยได้จัดทำเป็นเล่มคู่มือคำอธิบายประกอบการจัดเก็บตัวชี้วัดการประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนให้กับสำนักงานกิจการยุติธรรม กระทรวงยุติธรรม ดังต่อไปนี้



คำอธิบาย

ประกอบการจัดเก็บตัวชี้วัด

การประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชน

สำนักงานกิจการยุติธรรม

แบบสอบถาม

ข้อคำถาม	คำชี้แจง
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพ 4. อาชีพ 5. ระดับรายได้ครัวเรือน ต่อเดือน 6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว 7. ท่านเคยเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมหรือไม่ถ้าท่านเคยเกี่ยวข้องกับอาชญากรรม ท่านเคยเกี่ยวข้องกับทางใด 8. ที่อยู่อาศัยของท่านในปัจจุบัน มีบริบทชุมชนลักษณะใด 9. ในชุมชนที่ท่านอาศัยอยู่มีผู้นำชุมชนหรือไม่ในกรณีที่ท่านมีผู้นำชุมชน ลักษณะของผู้นำชุมชนในพื้นที่เป็นเช่นไร	1. ในข้อคำถามข้อที่ 1 - 6 เป็นข้อมูลทั่วไปของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลประชากรในพื้นที่ได้ 2. ในข้อคำถามที่ 7 - 9 เป็นข้อมูลที่จะนำไปตอบโจทย์วิจัยถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ความเกี่ยวข้องกับอาชญากรรม / บริบทชุมชนที่อยู่อาศัย / ลักษณะผู้นำชุมชนในพื้นที่ กับ - ระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม 5 มาตรการ - ระดับความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน - ระดับความพึงพอใจต่อการป้องกันอาชญากรรมของภาครัฐ - ระดับความความหวาดกลัวต่อปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้น

ข้อคำถาม	คำชี้แจง
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม 5 มาตรการ 1.1 ท่านเคยเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายการป้องกันอาชญากรรมในพื้นที่ของท่าน 1.2 ในชุมชนของท่านมีเครือข่ายที่เน้นให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม 1.3 เครือข่ายภาคประชาชนในชุมชนของท่านมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้คนในชุมชนร่วมกันป้องกันอาชญากรรมในท้องถิ่น 2.1 ในชุมชนของท่านมีการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม 2.2 ในชุมชนของท่านมีการแจ้งสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรมให้คนในพื้นที่ทราบ 2.3 ผู้นำชุมชนของท่านมีการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ 3.1 เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีการสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับตนเองและบุคคลอื่นในพื้นที่ 3.2 ผู้นำชุมชน มีการสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับตนเอง และบุคคลอื่นในพื้นที่ 3.3 แกนนำในชุมชน มีการสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับตนเอง และบุคคลอื่นในพื้นที่ 4.1 ในชุมชนของท่านมีการส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการของเครือข่ายยุติธรรมชุมชน 4.2 ในชุมชนของท่านมีการส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการของเครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ 4.3 ในชุมชนของท่านมีการส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน 4.4 ในชุมชนของท่านมีการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านอาชญากรรม	1. คัดเลือกประเด็นหลักจากมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 24 มกราคม 2560 ว่าด้วยมาตรการป้องกันอาชญากรรม โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งหมายถึง การส่งเสริมให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม รวมถึงการสร้างจิตสำนึกเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันในการป้องกันสังคมจากปัญหาอาชญากรรม ประกอบด้วย 5 มาตรการหลัก 2. การตั้งประเด็นข้อคำถามรอง ยึดคำถามเพื่อตอบตัวชี้วัดระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม (ข้อ 1.1 – 1.3) ด้านที่ 2 การส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป (ข้อ 2.1 – 2.3) ด้านที่ 3 การสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สินทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม (ข้อ 3.1 – 3.3) ด้านที่ 4 การส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านอาชญากรรม (ข้อ 4.1 – 4.5)

ข้อคำถาม	คำชี้แจง
4.5 ท่านเคยเข้าร่วมการทำงาน หรือเป็นส่วนหนึ่งกับเครือข่ายต่างๆ เช่นไร 5.1 ในชุมชนของท่านมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ 5.2 ท่านเคยเข้าร่วม หรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมดังกล่าว เช่นไร	ด้านที่ 5 การจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ (ข้อ 5.1 – 5.2) หมายเหตุ ให้นักวิจัยซักถามถึงโครงการ / กิจกรรมที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมในข้อเสนอแนะเพิ่มเติมประกอบ
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน 1. มีการสำรวจและปรับปรุงพื้นที่ล่อแหลมที่เอื้อต่อการเกิดอาชญากรรม 2. มีการวางผังเมืองและการออกแบบอาคารที่สามารถลดความเสี่ยงในการเกิดอาชญากรรมได้ 3. มีการเพิ่มไฟส่องสว่างในพื้นที่จุดเสี่ยง และจุดล่อแหลมที่จะก่อให้เกิดอาชญากรรม 4. มีการควบคุมพื้นที่รกร้าง วังเปล้า ทั้งพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ส่วนบุคคล รวมทั้งพื้นที่ของรัฐที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ ให้มีสภาพหรือทัศนวิสัยที่ง่ายต่อการมองเห็น เพื่อไม่ให้เอื้อต่อการก่ออาชญากรรม รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อใช้ประโยชน์พื้นที่ร่วมกันและให้มีคนดูแลเฝ้าระวัง 5. มีการเข้มงวด กวดขัน ในการตรวจตราพื้นที่ที่เป็นแหล่งอบายมุข สถานบริการ สถานบันเทิงต่างๆ ให้ถือปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายอย่างเคร่งครัด เพื่อให้สถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งมั่วสุมหรือต้นเหตุในการก่ออาชญากรรม 6. มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด (CCTV) ให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่เสี่ยง รวมทั้งติดตั้งสัญลักษณ์ “พื้นที่ควบคุมด้วยระบบกล้องวงจรปิด” เพื่อสร้างความอุ่นใจและความรู้สึกปลอดภัยให้กับประชาชน 7. มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกล้องวงจรปิด (CCTV) ระหว่างหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน หรือกล้องวงจรปิด (CCTV) เคลื่อนที่ เพื่อง่ายต่อการสังเกตการณ์เหตุการณ์ต่างๆ ในชุมชน	คัดเลือกประเด็นหลักจากมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 24 มกราคม 2560 ว่าด้วยมาตรการการป้องกันอาชญากรรมการป้องกันอาชญากรรมโดยสภาพแวดล้อม ซึ่งหมายถึง การจัดการกับพื้นที่ต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดอาชญากรรม ได้แก่ การจัดให้มีแสงสว่างที่เพียงพอ การติดตั้งสัญลักษณ์ การป้องกันพื้นที่อันตราย (พื้นที่เปลี่ยว พื้นที่ล่อแหลม) การจัดวางผังเมือง การออกแบบที่อยู่อาศัยและการจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นการปิดกั้นโอกาสที่ผู้กระทำผิดจะเข้าถึงบุคคลหรือทรัพย์สิน รวมถึงการสร้างความสะดวกในการเฝ้าระวังและการติดตามผู้กระทำความผิดเมื่อเกิดอาชญากรรมขึ้น ประกอบด้วย 7 มาตรการ ดังนี้ (ข้อคำถามข้อที่ 1 - 11) 1. สำรวจและปรับปรุงพื้นที่ล่อแหลมที่เอื้อต่อการเกิดอาชญากรรม คือ พื้นที่ที่เคยเกิดเหตุอาชญากรรม พื้นที่เสี่ยง เส้นทางเปลี่ยว และพื้นที่ที่ประชาชนรู้สึกหวาดกลัวหรือหวาดระแวงหรือรู้สึกไม่ปลอดภัย 2. การวางนโยบายด้านการวางผังเมืองและการออกแบบอาคาร ควรให้การควบคุมมาตรฐานทางด้านประสิทธิภาพในการป้องกันอาชญากรรม 3. การเพิ่มไฟส่องสว่างในพื้นที่จุดเสี่ยง และจุดล่อแหลมที่จะก่อให้เกิดอาชญากรรม 4. การควบคุมพื้นที่รกร้าง วังเปล้า ทั้งพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ส่วนบุคคล รวมทั้งพื้นที่ของรัฐที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ ให้มีสภาพหรือทัศนวิสัยที่ง่ายต่อการมองเห็น เพื่อไม่ให้เอื้อต่อการก่ออาชญากรรม

ข้อคำถาม	คำชี้แจง
8. จัดให้มีการเฝ้าระวัง บุคคลกลุ่มเสี่ยงที่อาจก่อปัญหาอาชญากรรมเพื่อป้องกันอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้น และทำการตรวจสอบ ตรวจสอบเมื่อเห็นสมควร 9. จัดให้มีกิจกรรมเพื่อสอดส่องดูแล ให้ความช่วยเหลือกลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสกระทำความผิด 10. มีระบบการแจ้งเตือน และให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านอาชญากรรมกับประชาชนในพื้นที่ ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์ 11. มีการพัฒนา Application แจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย เพื่อให้ประชาชน / นักท่องเที่ยวในพื้นที่สามารถแจ้งเหตุได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อการป้องกันอาชญากรรมมากขึ้น	รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อใช้ประโยชน์พื้นที่ร่วมกันและให้มีคนดูแลเฝ้าระวัง 5. การเข้มงวด กวดขัน ในการตรวจตราพื้นที่ที่เป็นแหล่งอบายมุข สถานบริการ สถานบันเทิงต่างๆ ให้ถือปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายอย่างเคร่งครัดเพื่อมิให้สถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งมั่วสุมหรือต้นเหตุในการก่ออาชญากรรม 6. ติดตั้งกล้อง CCTV ให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่เสี่ยง รวมทั้งติดตั้งสัญลักษณ์ “พื้นที่ควบคุมด้วยระบบกล้องวงจรปิด” เพื่อสร้างความอุ่นใจและความรู้สึกปลอดภัยให้กับประชาชน รวมทั้งเป็นการข่มขู่ยับยั้งคนร้ายให้รู้สึกหวาดกลัว 7. เชื่อมโยงเครือข่ายกล้อง CCTV ระหว่างหน่วยงานราชการ หรือกล้อง CCTV เคลื่อนที่ เพื่อง่ายต่อการสังเกตการณ์ และประเมินสถานการณ์ในการเข้าตรวจสอบพื้นที่ หากเห็นว่ามีความเสี่ยงในการก่อเหตุอาชญากรรมขึ้น
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อการป้องกันอาชญากรรมของภาครัฐ 1.1 เจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรม ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น เอาใจใส่ประชาชน 1.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการตอบข้อซักถามประชาชนอย่างมีความรู้ 1.3 เจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรม ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส 1.4 เจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรม ให้บริการด้วยความสุภาพ ให้เกียรติประชาชน 2.1 เจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรม ให้บริการด้วยความด้วยความเสมอภาคยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ 2.2 เจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรม สามารถให้บริการประชาชนได้ทันเวลา เช่น การระงับเหตุ / การเข้าจับกุมผู้กระทำความผิด 2.3 มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการป้องกันอาชญากรรม	1. คัดเลือกประเด็นจาก ตัวชี้วัดการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมของสำนักงานกิจการยุติธรรม ตัวชี้วัดที่ 2 ประชาชนมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ความเชื่อมั่น หมายถึง ความเชื่อใจในความสามารถความเชี่ยวชาญและความตั้งใจจริงของบุคคล หรือหน่วยงาน จนทำให้เกิดความเต็มใจหรือยินยอมให้บุคคลหรือหน่วยงานนั้น กระทำการใดๆ ให้แก่ตนตามที่คาดหวัง โดยพร้อมยอมรับผลประโยชน์และความเสียหายอันเกิดจากการกระทำดังกล่าว แนวทางในการประเมิน ได้แก่ - ความเชื่อมั่นต่อระบบ - ความเชื่อมั่นต่อเจ้าหน้าที่ - ความเชื่อมั่นต่อการบริการ ประเด็นคำถาม ให้มีความเชื่อมโยงกับ 8 กรอบ ดังนี้ - ความสามารถ / สมรรถนะในการปฏิบัติงาน - ความซื่อสัตย์ / ซื่อตรงในการปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม - ความไวใจได้ / พึงพาได้

ข้อคำถาม	คำชี้แจง
2.4 เจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและเกิดผลสำเร็จ 2.5 การป้องกันอาชญากรรมเจ้าหน้าที่สามารถทำงานให้เกิดความก้าวหน้า ตรวจสอบได้ 3.1 ท่านมีความพึงพอใจต่อการป้องกันอาชญากรรมโดยสภาพแวดล้อม เช่น การจัดการพื้นที่ต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดอาชญากรรม 3.2 ท่านมีความพึงพอใจที่ภาครัฐส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมร่วมกัน เช่น มีโครงการเครือข่ายเฝ้าระวัง / จิตอาสาป้องกันภัย 3.3 ท่านมีความพึงพอใจที่ภาครัฐมีการวางระบบการป้องกันการกระทำผิดซ้ำ 3.4 ท่านมีความพึงพอใจที่ภาครัฐมีการวางระบบการเฝ้าระวังกลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสกระทำความผิด 3.5 ท่านมีความพึงพอใจที่ภาครัฐมีการวางระบบการป้องกันอาชญากรรมโดยการลดการตกเป็นเหยื่อ	- เปิดเผยตรงไปตรงมา - ความเห็นใจและการเอาใจใส่ - การใช้อำนาจ - ความคุ้มค่าและการเสียเวลาและค่าใช้จ่าย - ความพึงพอใจ 2. สังเคราะห์ประเด็นและจัดกลุ่มกรอบคำถามออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ - ด้านพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (ข้อที่ 1.1 – 1.4) - ด้านกระบวนการให้บริการ (การบริการอย่างเสมอภาค / ทันเวลา / เพียงพอ / ต่อเนื่อง / ก้าวหน้า) (ข้อที่ 2.1 – 2.5) - ด้านผลผลิตหรือบริการที่ได้รับ (ข้อที่ 3.1 – 3.5)
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความหวาดกลัว ต่อปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้น 1. ท่านรู้สึกเช่นไร หากต้องอยู่บ้านเพียงคนเดียวในเวลากลางวัน 2. ท่านรู้สึกเช่นไร หากต้องอยู่บ้านเพียงคนเดียวในเวลากลางคืน 3. ท่านรู้สึกเช่นไรหากต้องเดินคนเดียวในละแวกบ้านเวลากลางวัน 4. ท่านรู้สึกเช่นไรหากต้องเดินคนเดียวในละแวกบ้านเวลากลางคืน 5. ท่านรู้สึกเช่นไรต่อคดี ลักทรัพย์ / ชิงทรัพย์ / ชิงทรัพย์ / ปล้นทรัพย์ 6. ท่านรู้สึกเช่นไรต่อคดีทำร้ายร่างกาย / ข่มขืน / ลักพาตัว / เรียกค่าไถ่ 7. ท่านรู้สึกเช่นไรเมื่อเจ้าหน้าที่ไม่สามารถจับกุมผู้กระทำความผิดได้ภายในระยะเวลารวดเร็ว 8. ท่านรู้สึกเช่นไรหากทราบว่าในชุมชนของท่านมีผู้กระทำความผิดที่ได้รับการปล่อยตัวแล้ว กลับมาอาศัยอยู่ด้วยในบริเวณชุมชนของท่าน	สังเคราะห์กรอบแนวคิดจากการศึกษา เรื่อง ความหวาดกลัวอาชญากรรม Fear Of Crimes จากการศึกษาของ Thailand Institute of Justice (TIJ) ซึ่งมีประเด็นการคัดเลือกข้อคำถาม ดังนี้ (ข้อคำถามที่ 1 - 11) 1. ประเภทอาชญากรรมตามคำนิยาม ICCS ของ UNODC ได้แก่ - อาชญากรรมที่เกี่ยวกับชีวิต เช่น การถูกทำร้าย ลักพาตัว กักขังหรือถูกข่มขู่ แบล็กเมลให้เกิดความหวาดกลัวว่าจะไม่ปลอดภัย - อาชญากรรมที่เกี่ยวกับทรัพย์สินที่ไม่ใช่ความรุนแรง เช่น การถูกจี้ ปล้น หรือจะมีผู้ใช้กำลังทำร้ายเพื่อเอาทรัพย์สิน - อาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินเท่านั้น เช่น การถูกขโมยของในบ้าน / ร้านค้า เวลาไม่อยู่หรือเวลาไม่เห็น หรือถูกล้วงกระเป๋า กระชากกระเป๋า กระชากสร้อยตอนที่เผลอ หรือจะมีใครมาทำลายข้าวของหรือขโมยรถที่จอดทิ้งไว้ - อาชญากรรมทางเพศ เช่น การถูกลวนลาม อนาจาร แอบถ่ายใต้กระโปรง ถ้ามอง หรือมีคนมาจับต้อง

ข้อคำถาม	คำชี้แจง
9. ท่านรู้สึกเช่นไรหากพบว่าผู้กระทำผิดเกิดการกระทำผิดซ้ำขึ้นอีกในชุมชนของท่าน 10. ในการดำรงชีวิตปัจจุบัน ท่านมีความรู้สึกหวาดกลัวต่อปัญหาอาชญากรรม 11. ภาพรวมของกระบวนการป้องกันปัญหาอาชญากรรมทำให้ท่านมีระดับของความหวาดกลัวต่อภัยเป็นเช่นไร	ร่างกายแบบไม่เหมาะสม หรือบังคับให้มีความสัมพันธ์ทางเพศแบบไม่เต็มใจ ล่อลวงไปค้าประเวณี รวมถึงการพยายามอนาจารพยายามข่มขืน 2. การตั้งข้อคำถามที่มาจากผลการศึกษาสัดส่วนประชาชนที่รู้สึกปลอดภัย และคะแนนความรู้สึกปลอดภัย ได้แก่ - อยู่บ้านคนเดียวในเวลากลางวัน - อยู่บ้านคนเดียวในเวลากลางคืน - เดินคนเดียวในละแวกบ้านในเวลากลางวัน - เดินคนเดียวในละแวกบ้านในเวลากลางคืน

แบบสัมภาษณ์

ข้อคำถาม	คำชี้แจง
กรอบการประเมินผลการดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม ประเด็นที่ 2 การป้องกันอาชญากรรมโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การส่งเสริมให้ประชาชน ทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม รวมถึง การสร้างจิตสำนึกเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันในการป้องกันสังคมจากปัญหาอาชญากรรม ประกอบด้วย 5 มาตรการ 1. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชน ทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชน ให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม ประกอบไปด้วย แนวทางการดำเนินงานที่ผ่านมา / หน่วยงานที่รับผิดชอบ / ตัวชี้วัดกิจกรรม / โครงการการป้องกันอาชญากรรมที่ประชาชนเข้าร่วมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างไร 2. ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมโดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง	คัดเลือกประเด็นหลักจากมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 24 มกราคม 2560 ว่าด้วยมาตรการการป้องกันอาชญากรรมโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งหมายถึง การส่งเสริมให้ประชาชน ทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม รวมถึง การสร้างจิตสำนึกเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันในการป้องกันสังคมจากปัญหาอาชญากรรม ประกอบด้วย 5 มาตรการหลัก ได้แก่ 1. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชน ให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม 2. ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมโดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป 3. สนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สินทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม

ข้อคำถาม	คำชี้แจง
การให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหามาตรฐานที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป ประกอบไปด้วย แนวทางการดำเนินงานที่ผ่านมา / หน่วยงานที่รับผิดชอบ / ตัวชี้วัดกิจกรรม / โครงการการป้องกันมาตรฐานที่ประชาชนเข้าร่วมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างไร 3. สนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันมาตรฐานชีวิตร่างกายและทรัพย์สินทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยมาตรฐาน ประกอบไปด้วย แนวทางการดำเนินงานที่ผ่านมา / หน่วยงานที่รับผิดชอบ / ตัวชี้วัดกิจกรรม / โครงการการป้องกันมาตรฐานที่ประชาชนเข้าร่วมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างไร 4. ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านมาตรฐาน ประกอบไปด้วย แนวทางการดำเนินงานที่ผ่านมา / หน่วยงานที่รับผิดชอบ / ตัวชี้วัดกิจกรรม / โครงการการป้องกันมาตรฐานที่ประชาชนเข้าร่วมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างไร 5. จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหามาตรฐานร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ ประกอบไปด้วย แนวทางการดำเนินงานที่ผ่านมา / หน่วยงานที่รับผิดชอบ / ตัวชี้วัดกิจกรรม / โครงการการป้องกันมาตรฐานที่ประชาชนเข้าร่วมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างไร	4. ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านมาตรฐาน 5. จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหามาตรฐานร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ

3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันมาตรฐาน

ผลการศึกษาในเชิงปริมาณ

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันมาตรฐาน

ผลการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันมาตรฐาน 5 มาตราการ พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันมาตรฐานทั้ง 5 มาตราการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มาตราการที่ 1 การมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน

มุ่งเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม มาตรการที่ 2 ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม รับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป มาตรการที่ 3 ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สินทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม พบว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีการสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับตนเอง และบุคคลอื่นในพื้นที่ มาตรการที่ 4 ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ พบว่า ในชุมชนมีการส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการของเครือข่ายยุติธรรมชุมชน และมาตรการที่ 5 ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ พบว่า ในชุมชนมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรม ร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ

2. ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนภายในมาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาระดับความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนภายใต้มาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพของประชาชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ประชาชนจะมีความเชื่อมั่นเมื่อมีการติดตั้งกล้อง CCTV ให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่เสี่ยง รวมทั้งติดตั้งสัญลักษณ์ “พื้นที่ควบคุมด้วยระบบกล้องวงจรปิด” และควรให้มีการสำรวจและปรับปรุงพื้นที่ล่อแหลมที่เอื้อต่อการเกิดอาชญากรรม โดยจัดให้มีการเฝ้าระวัง บุคคลกลุ่มเสี่ยงที่อาจก่อปัญหาอาชญากรรม เพื่อป้องกันอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้นทั้งพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ส่วนบุคคล รวมทั้งพื้นที่ของรัฐที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ ให้มีสภาพหรือทัศนวิสัยที่ง่ายต่อการมองเห็น เพื่อไม่ให้เอื้อต่อการก่ออาชญากรรม รวมทั้งให้มีการเข้มงวดกวดขัน ในการตรวจตราพื้นที่ที่เป็นแหล่งอบายมุข สถานบริการ สถานบันเทิงต่างๆ ให้ถือปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายอย่างเคร่งครัด เพื่อมิให้สถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งมั่วสุมหรือต้นเหตุในการก่ออาชญากรรม

3. ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบการป้องกันอาชญากรรมภายใต้มาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบการป้องกันอาชญากรรมภายใต้มาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาด้านพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พบว่า ประชาชนจะมีความพึงพอใจเมื่อเจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมให้บริการด้วยความกระตือรือร้น เอาใจใส่ ประชาชน เจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และเจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมให้บริการด้วยความสุภาพ

4. ความหวาดกลัวของประชาชนต่อภัยอาชญากรรมภายใต้มาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาระดับความหวาดกลัวของประชาชนต่อภัยอาชญากรรมภายใต้มาตรการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพของประชาชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ประชาชนมีความหวาดกลัวต่อภัยอาชญากรรมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประชาชนมีความหวาดกลัวต่อคดีทำร้ายร่างกาย / ข่มขืน / ลักพาตัว / เรียกค่าไถ่ และหากพบว่าผู้กระทำความผิดเกิดการกระทำผิดซ้ำขึ้นอีกในชุมชน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของประชาชนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม 5 มาตรการ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของประชาชนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม 5 มาตรการ ในภาพรวมของทุกภาค ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่า T-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

ของตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ การเคยหรือไม่เคยเกี่ยวข้องกับอาชญากรรมทั้งทางตรงหรือทางอ้อม บริบทชุมชน ลักษณะที่อยู่อาศัย การมีผู้นำชุมชน และลักษณะของผู้นำชุมชน

ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA) ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ครัวเรือนต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว การเคยหรือไม่เคยเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรม ลักษณะบริบทชุมชนที่อยู่อาศัย และการมีหรือไม่มีผู้นำชุมชนของประชาชนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม 5 มาตรการ พบว่า ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม 5 มาตรการ จำแนกตามลักษณะเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว การเคยหรือไม่เคยเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรม ลักษณะบริบทชุมชนที่อยู่อาศัย และการมีหรือไม่มีผู้นำในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายการมาตรการ พบว่า มาตรการที่ 3 การสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สินทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนมาตรการที่ 1 การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม มาตรการที่ 2 การส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป มาตรการที่ 4 การส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านอาชญากรรม และมาตรการที่ 5 การจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาในเชิงคุณภาพ

มาตรการที่ 1. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม

1. ด้านการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหา

ภาครัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องสร้างกลยุทธ์และวางแผน สนับสนุนและให้คำปรึกษาแก่ชุมชนในสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง เพื่อการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมร่วมกับการปฏิบัติงานกับฝ่ายปกครอง ในขณะเดียวกันควรเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อให้การควบคุมสังเกตตรวจตรา รวมทั้งสนับสนุน ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชน มีส่วนร่วมในการป้องกันชีวิต ร่างกายและทรัพย์สิน ทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากอาชญากรรม ควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เชิงบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานตั้งแต่ระดับชุมชนและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมภาคประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อพัฒนาระบบการมีส่วนร่วมในภาคประชาสังคมอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป้าหมายและกิจกรรมในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อให้กรมราชทัณฑ์สามารถขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพที่ชัดเจนและต่อเนื่อง ทั้งนี้ ควรมีการติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว จัดให้มีการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือจากภาคประชาสังคมและหน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานและส่งเสริมบทบาทในการป้องกันการก่ออาชญากรรมในเด็กและเยาวชน โดยการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. ด้านการสร้างชุมชนเข้มแข็งสามารถดูแลป้องกันตนเองได้

การจัดระเบียบสังคม ด้วยกลไกและกระบวนการของภาครัฐ ร่วมป้องกันดูแลปัญหาต่างๆ ภายในชุมชน เช่น ปัญหายาเสพติดในชุมชนตนเอง โดยให้มีการจัดชุดปฏิบัติการเพื่อสร้างกระบวนการชุมชนให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง และพัฒนาให้เป็นหมู่บ้านเข้มแข็งในการต่อต้านยาเสพติดและมีความมั่นคงปลอดภัย นอกจากนี้ ควรกำหนดเป็นนโยบายส่งเสริมการสร้างชุมชนเข้มแข็ง โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยและผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้กำกับ ดูแล แรงประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งเน้นที่ชุมชนฐานรากให้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดหาวิธีการแก้ไขปัญหา ในลักษณะรวมพลังสร้างชุมชนให้เข้มแข็งโดยประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่จะต้องเข้ามาพูดคุยกัน และร่วมวางแผนทางแก้ไขปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต ดำเนินการปรับกลยุทธ์จากการตั้งรับรอให้อาชญากรรมเกิดขึ้นก่อน มาเป็นการรุกเพื่อป้องกันอาชญากรรมไม่ให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการเชื่อมโยงสร้างสัมพันธ์เป็นแนวร่วมกับภาคประชาชนไว้ให้ได้อย่างเหนียวแน่น

3. ด้านการส่งเสริมและบูรณาการเครือข่ายที่มีการจัดตั้งไว้

ส่งเสริมให้ชุมชนมีโครงการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการป้องกันอาชญากรรมโดยเฉพาะการให้ความรู้ในการป้องกันภัยอาชญากรรมทุกรูปแบบ ส่งเสริมให้ผู้นำชุมชนมีส่วนในการกระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม / โครงการต่างๆ และให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

4. ด้านการจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกประชาชน

สร้างกระบวนการชุมชน ให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง และพัฒนาให้เป็นหมู่บ้านเข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม เช่น การต่อต้านยาเสพติด เพื่อให้ชุมชนมีความมั่นคงปลอดภัย แรงประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งเน้นที่ชุมชนฐานราก ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดหาวิธีการแก้ไขปัญหา ในลักษณะรวมพลังสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง และหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกประชาชน

มาตรการที่ 2 ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยการรับทราบสถานการณ์แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป

1. ด้านการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหา

จัดให้มีการพัฒนาความร่วมมือระหว่างส่วนราชการ ภาคเอกชน สถานศึกษา และชุมชน ในจังหวัด เพื่อเฝ้าระวัง และดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมในการป้องกันอาชญากรรม ส่งเสริมให้ชุมชนมีโครงการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการป้องกันการอาชญากรรมโดยเฉพาะการให้ความรู้ในการป้องกันภัย เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันแก้ไขปัญหาอาชญากรรมโดยสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม ฝึกอบรมให้ความรู้ เพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงาน จัดการความขัดแย้งในชุมชน จัดการปัญหาอาชญากรรมและปัญหาอื่นๆ โดยสนับสนุนให้ประชาชน เครือข่ายพันธมิตรในภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และเพิ่มบทบาทให้กับอาสาสมัครตำรวจชุมชน ให้มีส่วนร่วมกับเจ้าหน้าที่ในการจับกุมผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด และควรเป็นกำลังสำคัญในการชี้เบาะแสดูแลผู้กระทำความผิดแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจ เมื่อมีการชี้เบาะแสดูแลให้รางวัลและสิ่งตอบแทนกับอาสาสมัครเพื่อสร้างขวัญกำลังใจ และกระตุ้นการทำงานมากขึ้น

2. ด้านการสร้างชุมชนเข้มแข็งสามารถดูแลป้องกันตนเองได้

สร้างความต่อเนื่องเกี่ยวกับแผนการดำเนินมาตรการสร้างหมู่บ้านและชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งชุมชนจะเข้มแข็งได้ ปัจจัยสำคัญ คือ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงคอยให้ความร่วมมือกับทางราชการเท่านั้น ผู้นำธรรมชาติซึ่งมาจากศรัทธาของประชาชนจะเป็นตัวแทนของชุมชนในการแสดงความเป็นเจ้าของการดำเนินงาน ในขณะที่ผู้นำทางการจะเป็นผู้ประสานงานที่ตระหว่างชุมชนกับหน่วยราชการและคอยสนับสนุนการดำเนินงานของผู้นำธรรมชาติ ปรับ

ระบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการแบบบูรณาการและให้หน่วยงานในพื้นที่ระดับจังหวัด อำเภอ ชุมชน และท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการป้องกันอาชญากรรมในแต่ละพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมและบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานทุกภาคส่วน ในการดำเนินโครงการป้องกันอาชญากรรม

3. ด้านการส่งเสริมและบูรณาการเครือข่ายที่มีการจัดตั้งไว้

พัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคในสังคม โดยบูรณาการด้วยการทำงานร่วมกันระหว่างภาคราชการ ภาคเอกชนและประชาชนสังคม ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง ด้วยการประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ ส่งเสริมให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยกำหนดให้มีความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. เทศบาล อบจ. เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ภาครัฐต้องส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะในประเด็นของการสร้างบุคลากรให้เพิ่มขึ้น เน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์และการป้องกันอาชญากรรมในระดับชุมชน

4. ด้านการจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกประชาชน

ส่งเสริมสนับสนุน การจัดกิจกรรมจิตอาสา “เราทำความดี ด้วยหัวใจ” โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อต่างๆ ควรช่วยกันส่งเสริมภาพลักษณ์ อีกทั้งหน่วยงานราชการควรให้มีการจัดกิจกรรมการยกย่องเชิดชูเกียรติกลุ่มบุคคลจิตอาสาที่ทำความดีอย่างต่อเนื่อง เพราะจิตอาสาเหล่านั้นไม่ได้รับและไม่ได้ประสงค์สิ่งใดตอบแทน จึงควรมีการจัดกิจกรรมสร้างขวัญและกำลังใจต่อบุคคลผู้ทำความดี ในส่วนของภาคการป้องกันปัญหาอาชญากรรมและการกระทำความผิดนั้น ภาคราชการ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองและเจ้าหน้าที่ตำรวจควรเข้ามาส่งเสริมให้ความรู้ ความเข้าใจ

มาตรการที่ 3 สนับสนุน ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สิน ทั้งของตนและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม

1. ด้านการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหา

ส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวกันของชุมชนและประชาสังคม ในการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยส่งเสริมให้มีการจัดตั้งหน่วยงานในการประสานงานแต่ละชุมชนให้การป้องกันอาชญากรรมระหว่างชุมชนเป็นไปแบบบูรณาการ โดยจัดให้มีอาสาสมัครตำรวจบ้านอาสาสมัครประชาชนมีส่วนร่วมในการตั้งจุดตรวจร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพื่อเพิ่มทักษะและการปฏิบัติที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างตำรวจกับประชาชน ส่งเสริมและเพิ่มบทบาทให้อาสาสมัครตำรวจชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดและวางแผน เช่น การป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติด ในการตั้งจุดตรวจร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ และควรให้อาสาสมัครตำรวจเข้าร่วมการประชุมเพื่อรับทราบเกี่ยวกับการรักษาความสงบเรียบร้อย ด้วยทุกครั้งเมื่อมีการประชุมวางแผนเพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานมากขึ้น เสริมสร้างความเข้มแข็งของประชาชนและความยุติธรรมในระดับชุมชน เพื่อใช้ชุมชนเป็นฐานในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งหรือข้อพิพาทของประชาชน เพื่อประโยชน์ต่อผู้กระทำความผิด ผู้เสียหายและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ตลอดจนการเฝ้าระวังและป้องกัน อาชญากรรมในชุมชน การเยียวยาเหยื่อและผู้เสียหายจากการกระทำความผิดและการฟื้นฟูแก้ไขผู้กระทำความผิด ทั้งในระหว่างที่ถูกกักขังหรือจำคุก และเมื่อพ้นโทษกลับสู่ชุมชนแล้ว

2. ด้านการสร้างชุมชนเข้มแข็งสามารถดูแลป้องกันตนเองได้

สร้างเครือข่ายความร่วมมือสอดส่องพฤติกรรมต่างๆ ที่สำคัญที่สุด คือ การดำเนินการเชิงรุก ได้แก่ การลงไปจัดกิจกรรมตั้งแต่อาฟหลังเด็กและเยาวชนมาเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครตามโครงการจิตอาสา รวมทั้งควรมีการอบรมความรู้เบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การลงมือปฏิบัติได้จริงในแต่ละประเภทงานอาสา ก็จะทำให้เป็นการส่งเสริมความรู้ที่สำคัญ คือ การดึงกลุ่มเด็กและเยาวชนซึ่งสุ่มเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนไปในทางการกระทำความผิดให้กลับเข้าสู่วิถีทางที่ถูกต้อง

ภาคเอกชนเองก็ควรให้การสนับสนุนหรือจัดกิจกรรมการบริการสังคมโดยใช้โครงการจิตอาสาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน ด้วย พัฒนาความเข้มแข็งชุมชนด้วยการส่งเสริมบทบาทแกนนำของหมู่บ้าน / ชุมชน ได้แก่ กรรมการหมู่บ้าน (กม.) / กรรมการชุมชน (กช.) และระดมกำลังกลุ่มมวลชนต่างๆ ในหมู่บ้าน / ชุมชน ได้แก่ กลุ่มสตรี กลุ่มอาชีพต่างๆ เพื่อร่วมป้องกัน ยาเสพติด โดยการจัดตั้ง / สนับสนุนชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) / อาสาละเวงภัยและยาเสพติด (กรณีใน กทม.) ให้มี ภารกิจเดินเวรยาม – เฝ้าระวังในชุมชน (โดย ปกครอง และ กทม.) เป็นต้น

3. ด้านการส่งเสริมและบูรณาการเครือข่ายที่มีการจัดตั้งไว้

ส่งเสริมและสนับสนุนสถานศึกษาเข้าร่วมกับเครือข่ายในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนอย่างยั่งยืน” โดยร่วมมือกับสถานศึกษาและเครือข่ายในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาในสถานศึกษา โดยกำหนดให้มีสถานศึกษาต้นแบบในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน วางนโยบายการป้องกัน และปราบปรามการก่ออาชญากรรมจะต้องให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรับนโยบายไปปฏิบัติเพื่อเป็นการแก้ไขคนในชุมชนของตนเอง ให้รู้จักสิทธิและหน้าที่ของตน รู้จักป้องกันตนเองและเพื่อให้ประชาชนเข้าใจการทำงานในหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ ตำรวจดีขึ้น

4. ด้านการจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกประชาชน

รณรงค์เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมและแก้ไขปัญหายาเสพติด สร้างภูมิคุ้มกันและส่งเสริมกิจกรรมของเยาวชนในพื้นที่ให้ตื่นรู้เกี่ยวกับการป้องกันอาชญากรรมและแก้ไขปัญหายาเสพติด เฝ้าระวังและควบคุมมิให้หมู่บ้าน / ชุมชนมีปัญหายาเสพติด ตลอดจนเสริมสร้างความเข้มแข็งและเฝ้าระวังการก่ออาชญากรรมและปัญหายาเสพติดอย่างยั่งยืน

มาตรการที่ 4 ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าวให้เบาะแสอาชญากรรม

1. ด้านการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหายา

ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ในการป้องกันอาชญากรรม ภาคประชาชนและองค์กรเอกชนอื่นๆ มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน เครือข่ายภาครัฐ และภาคเอกชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหายาอาชญากรรมและให้บริการมีความเข้มแข็ง จัดทำฐานข้อมูลในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่ ทะเบียนอาสาสมัครเครือข่ายภาครัฐ และภาคเอกชน ประเภทและชนิดของกิจกรรมที่ดำเนินการ และให้สามารถเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมุ่งเน้นการทำงานเชิงรุกในการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ซึ่งจะดำเนินการประสานความร่วมมือกับภาคประชาชน ภาครัฐ ภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วม

2. ด้านการสร้างชุมชนเข้มแข็งสามารถดูแลป้องกันตนเองได้

ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินทั้งของตนเอง และบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม โดยตำรวจจะเป็นผู้มีบทบาทในการวางแผน สนับสนุน และให้คำปรึกษาแก่ชุมชน ในการป้องกันอาชญากรรม พัฒนามาตรฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยชุมชน ตลอดจนสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนเกี่ยวกับการป้องกันอาชญากรรม โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อร่วมกันดำเนินงานให้เกิดเครือข่ายและความเข้มแข็งทั้งระบบ

3. ด้านการส่งเสริมและบูรณาการเครือข่ายที่มีการจัดตั้งไว้

ให้ถือเป็นนโยบายของผู้บริหารระดับสูงที่ต้องการให้มีการบูรณาการเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งหรือเป็นพลังของชุมชนในการร่วมป้องกันและแก้ไขปัญหายาอาชญากรรม โดยให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับยุติธรรมชุมชน

อาสาสมัครคุมประพฤติ เครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนเพื่อแจ้งเบาะแสของอาชญากรรมประเภทต่างๆ ในระดับชุมชนขยายเครือข่ายความร่วมมือไปยังสถานศึกษา / เด็กและเยาวชนกลุ่มเสี่ยง เพื่อดำเนินกิจกรรมด้านการป้องกันปัญหาการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนร่วมกัน ให้มีความเข้มแข็งครอบคลุมและต่อเนื่อง โดยให้เครือข่ายชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันบำบัดแก้ไขฟื้นฟูเด็กและเยาวชนในสถานศึกษา

4. ด้านการจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกประชาชน

เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการป้องกันอาชญากรรม ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อเฝ้าระวังและดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมในการป้องกันอาชญากรรมและเหตุขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นในชุมชน อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างส่วนราชการ ภาคเอกชน และชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อเฝ้าระวัง และดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมในการป้องกันปัญหาอาชญากรรมที่อาจจะเกิดขึ้นในชุมชน

มาตรการที่ 5 จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมกับหน่วยงานภาครัฐ

1. ด้านการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหา

ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรม โดยบูรณาการและร่วมมือกันเป็นภาคีเครือข่าย ได้แก่ ประชาชน ชุมชน ท้องถิ่น ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม ในการรักษาความสงบเรียบร้อยของชุมชนและสังคม ส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ แก้ไขปัญหา และร่วมปฏิบัติโดยยึดประโยชน์สุขของประชาชนเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับตำรวจหรือฝ่ายปกครอง ส่งเสริมให้ประชาชน และชุมชนมีกิจกรรมร่วมกัน มุ่งให้เกิดความปรองดองและสมานฉันท์ ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน และสร้างความรู้สึกลดภัยในการดำรงชีวิต จนเกิดความเชื่อมั่นต่อการปฏิบัติงานของตำรวจหรือฝ่ายปกครอง สร้างจิตสำนึกในการป้องกันและควบคุมอาชญากรรม จะต้องมีการวางแผนและมีการพัฒนากลไกต่างๆ ที่เกิดประสิทธิภาพ กล่าวคือ รัฐจะต้องมีนโยบายในการส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง โดยมีการประยุกต์ใช้มาตรการทางสังคมมาเป็นเครื่องมือในการขัดเกลาจิตใจและปลูกฝังจิตสำนึกให้ชุมชนเคารพศีลธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีให้มากขึ้น ในขณะเดียวกันรัฐต้องปฏิรูปกระบวนการยุติธรรมทางอาญาทั้งระบบ ให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นที่ศรัทธาของประชาชน โดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากขึ้น และดำเนินโครงการขับเคลื่อนมาตรการป้องกันอาชญากรรมในพื้นที่ตั้งแต่ระดับชุมชน ท้องถิ่น อำเภอ และระดับจังหวัด ซึ่งสำนักงานยุติธรรมทุกจังหวัด จัดขึ้นโดยมีหน่วยงานภาครัฐด้านความมั่นคงทั้งเจ้าหน้าที่ ทหาร ตำรวจ ฝ่ายปกครอง ผู้นำชุมชน ผู้แทนสถานศึกษา อาสาสมัครต่างๆ ในพื้นที่จังหวัดเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม

2. ด้านการส่งเสริมและบูรณาการเครือข่ายที่มีการจัดตั้งไว้

สร้างการรับรู้ด้านกฎหมายในกลุ่มประชาชน ให้ประชาชนเกิดความรับรู้อย่างทั่วถึง ซึ่งควรมีสำนักงานยุติธรรมจังหวัดเป็นหน่วยงานประสานความร่วมมือในการอำนวยความสะดวกยุติธรรม การให้ความรู้ด้านต่างๆ และการลดความเลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมแก่ประชาชนเพื่อให้เกิดความเสมอภาคเท่าเทียมทั่วถึง

3. ด้านการจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกประชาชน

ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชน ในเรื่องของปัญหาอาชญากรรมที่เกิดจากยาเสพติดให้โทษ และรวมถึงอาชญากรรมในรูปแบบอื่นๆ เช่น การใช้สื่อออนไลน์ ฯลฯ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของภัยคุกคามด้านอาชญากรรมในลักษณะอื่นๆ ด้วย ในระดับท้องถิ่น มีการจัดกิจกรรมกระตุ้นและส่งเสริมจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมกับหน่วยงานภาครัฐ แต่ถ้าหากเป็นกิจกรรมที่มีการติดตามผลอย่างต่อเนื่องจะเกิดประโยชน์เพิ่มขึ้น อาทิ การจัดกิจกรรมอบรมกระตุ้นและให้ความรู้อย่างต่อเนื่องทุก 2 - 3 เดือน และควรเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมโดยเฉพาะ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยขอเสนอตามกรอบแนวทางการดำเนินงานการป้องกันอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพ ตามมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 24 มกราคม 2560 ดังประเด็นต่อไปนี้

1) ภาครัฐและหน่วยงานรัฐทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมโดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลางอาจเป็นเพราะประชาชนเข้าใจว่าการป้องกันอาชญากรรมเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐหรือตำรวจเท่านั้น อย่างไรก็ตามประเด็นที่เป็นข้อสังเกตได้คือ ในชุมชนที่มีเครือข่ายภาคประชาชนเช่น ผู้นำชุมชนมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้คนในชุมชนร่วมกันป้องกันอาชญากรรมในท้องถิ่นมากกว่าการเข้ามามีส่วนร่วมด้านอื่นๆ ซึ่งก็สอดคล้องกับประเด็นข้อเสนอแนะที่ได้จากการสัมภาษณ์ทุกภาคส่วนว่า ควรที่จะหาแนวทางสร้างจิตสำนึก กระตุ้นให้สังคม ประชาชนทุกกลุ่มได้ตระหนักถึงความสำคัญและเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อป้องกันปัญหาอาชญากรรมในชุมชน รวมถึงขอความร่วมมือในการดูแลตรวจตรา แจ้งเบาะแสอาชญากรรมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพราะสอดคล้องกันกับข้อมูลที่ว่าชุมชนมีการแจ้งสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรมให้คนในพื้นที่ทราบยังอยู่ในระดับน้อยกว่าประเด็นอื่นๆ

ทั้งนี้ในส่วนของภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการเผยแพร่ข้อมูล ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมและการป้องกันอาชญากรรมได้ง่าย สะดวก รวดเร็วมากขึ้น แนวทางที่ควรดำเนินการ ได้แก่ หาแนวทางเพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มได้ตระหนักถึงความสำคัญและเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อป้องกันปัญหาอาชญากรรมในชุมชน มีระบบการแจ้งเตือนภัย เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านอาชญากรรม การป้องกันอาชญากรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรมต่อเนื่อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ พัฒนาสมรรถนะ เครื่องมือในการสอดส่องดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนให้สามารถใช้การได้อยู่ตลอดเวลา อาทิ กล้อง CCTV ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในเรื่องระดับความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนที่พบว่า ประชาชนจะมีความเชื่อมั่นมากขึ้น ในประเด็นต่อไปนี้ มีการติดตั้งกล้อง CCTV ให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่เสี่ยง รวมทั้งติดป้ายสัญลักษณ์ “พื้นที่ควบคุมด้วยระบบกล้องวงจรปิด” เพื่อสร้างความอุ่นใจและความรู้สึกปลอดภัยให้กับประชาชน มีการสำรวจและปรับปรุงพื้นที่ล่อแหลมที่เอื้อต่อการเกิดอาชญากรรม และมีการเพิ่มไฟส่องสว่างในพื้นที่จุดเสี่ยงจุดล่อแหลมที่จะก่อให้เกิดอาชญากรรม มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกล้อง CCTV ระหว่างหน่วยงานราชการ หรือกล้อง CCTV เคลื่อนที่เพื่อง่ายต่อการสังเกตการณ์ จัดให้มีการเฝ้าระวัง บุคคลกลุ่มเสี่ยงที่อาจก่อปัญหาอาชญากรรม และมีการควบคุมพื้นที่รกร้าง ว่างเปล่า ทั้งพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ส่วนบุคคล รวมทั้งพื้นที่ของรัฐที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ ให้มีสภาพหรือทัศนวิสัยที่ง่ายต่อการมองเห็น เพื่อไม่ให้เอื้อต่อการก่ออาชญากรรม เป็นต้น

2) สนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิตร่างกายและทรัพย์สินทั้งของตนเองและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม สามารถดำเนินการได้โดย กระตุ้นผ่านผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นผู้นำชุมชนโดยตำแหน่ง และผู้นำชุมชนตามธรรมชาติ สามารถดำเนินการร่วมกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรมการพัฒนาชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอาจจัดทำเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการปฏิบัติงานให้กับผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่นในการดูแล เฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของสมาชิกในชุมชน จัดทำแผนการดำเนินมาตรการสร้างหมู่บ้านและชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งสอดคล้องกับผลที่ได้จากการศึกษาที่พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้นำชุมชนกับไม่มีผู้นำชุมชนต่างก็มีระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมอยู่ในระดับปานกลางถึงน้อย หากมีการกระตุ้นผ่านผู้นำชุมชนให้มากขึ้นผ่านระบบและกลไกการวางแผนการดำเนินงานที่ดีแล้วก็น่าที่จะเป็นการกระตุ้นประชาชนในพื้นที่ให้เข้ามามีส่วนร่วมได้มากขึ้น

ทั้งนี้ในชุมชนสามารถจัดกิจกรรมดึงเอาพลึงเด็กและเยาวชนมาเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครตามโครงการจิตอาสา รวมทั้งควรมีการอบรมความรู้เบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การลงมือปฏิบัติได้จริงในแต่ละประเภทงานอาสา การดึงกลุ่มเด็กและเยาวชนซึ่งสุ่มเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนไปในทางการกระทำความผิดให้กลับเข้าสู่วิถีทางที่ถูกต้อง สามารถขอความร่วมมือกับ

ภาคเอกชนในการสนับสนุนหรือจัดกิจกรรมการบริการสังคมโดยใช้โครงการจิตอาสาเป็นเครื่องในการขับเคลื่อนด้วย นอกจากนี้หากสามารถพิจารณาค่าตอบแทนหรือสวัสดิการให้กับตำรวจชุมชน / อปพร. เพื่อเป็นสื่อนำใจในการทำงานให้กับชุมชนต่อไปก็ย่อมเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ปฏิบัติหน้าที่แบบอาสาสมัครได้อีกด้วย

3) เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เคยเกี่ยวข้องกับอาชญากรรมทั้งทางตรงและทางอ้อมมีระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมมากกว่าผู้ที่ไม่เคยเกี่ยวข้องกับอาชญากรรม เนื่องจากประชาชนยังมองว่าอาชญากรรมเป็นเรื่องไกลตัวหากตนหรือครอบครัวไม่ได้รับผลกระทบทางตรงจากปัญหาอาชญากรรม ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องปากท้อง การประกอบอาชีพเป็นหลักในชีวิตประจำวันมากกว่าการเข้าไปร่วมกิจกรรม ดังนั้นจึงควรดำเนินการสร้างแนวทางที่ดีในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมตั้งแต่ระดับต้นน้ำ เช่น ส่งเสริมและสนับสนุนสถานศึกษาร่วมกับเครือข่ายในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนอย่างยั่งยืน ร่วมมือกับสถานศึกษาและเครือข่าย ในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาในสถานศึกษาโดยกำหนดให้มีสถานศึกษาต้นแบบในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมและการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนอย่างยั่งยืน ควรเร่งประชาสัมพันธ์ เพื่อความเข้าใจกับประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งเน้นที่ชุมชนฐานรากให้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดหาวิธีการแก้ไขปัญหา ในลักษณะรวมพลังสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง โดยประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่จะต้องเข้ามาพูดคุยกัน และร่วมวางแผนทางแก้ไขปัญหาคือความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมต้องมีการปรับกลยุทธ์จากการตั้งรับรอให้อาชญากรรมเกิดขึ้นก่อนมาเป็นการรุกเพื่อป้องกันอาชญากรรมไม่ให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการเชื่อมโยงสร้างสัมพันธ์เป็นแนวร่วมกับภาคประชาชนไว้ให้ได้อย่างเหนียวแน่นแล้ว และส่วนกลางควรเร่งส่งเสริมการกระจายอำนาจในการกิจการป้องกันอาชญากรรมในกับหน่วยงานระดับท้องถิ่น แทนที่จะมองว่าเป็นภาระหน้าที่ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพียงอย่างเดียว

4) ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าว ให้เบาะแสด้านอาชญากรรม เนื่องจากในชุมชนมีการส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการของเครือข่ายยุติธรรมชุมชน แต่มีการเข้าร่วมการทำงานหรือเป็นส่วนหนึ่งกับเครือข่ายต่างๆ อยู่ในระดับน้อยเพราะเหตุผลทางด้านเศรษฐกิจ และความสะดวกส่วนบุคคลของประชาชน แนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ การสร้างความเข้าใจเพื่อลดความหวาดกลัวของประชาชนในชุมชนหากในชุมชนทราบว่ามีผู้กระทำความผิดที่ได้รับการปล่อยตัวแล้วมาอาศัยอยู่ด้วยในบริเวณชุมชน ร่วมกับนโยบายของกรมราชทัณฑ์ที่ต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในพันธกิจคืนคนดีสู่สังคม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ระดับความหวาดกลัวของประชาชนต่อภัยอาชญากรรมอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะหากรู้ว่าในชุมชนมีผู้กระทำความผิดที่ได้รับการปล่อยตัวแล้ว มาอาศัยอยู่ด้วยในบริเวณชุมชน และเมื่อรู้ว่าผู้กระทำความผิดเกิดการกระทำผิดซ้ำขึ้นอีกในชุมชน นอกจากนี้ระดับความหวาดกลัวของประชาชนมีอยู่ในระดับมากต่อคดีทำร้ายร่างกาย/ ข่มขืน / ลักพาตัว / เรียกค่าไถ่ และเมื่อเจ้าหน้าที่ไม่สามารถจับกุมผู้กระทำความผิดได้ภายในระยะเวลารวดเร็ว

ดังนั้นจึงควรหาแนวทางแก้ไขเพื่อลดความหวาดกลัวของประชาชนผ่านระบบการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวัง เช่น การลงนามในบันทึกข้อตกลงร่วมกันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบลต่างๆ ของเรือนจำ จึงเป็นกระบวนการที่สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมและประชาชนที่ต้องการให้เกิดสังคมสันติสุข ป้องกันสังคมจากอาชญากรรมได้ กรมพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชนควรที่จะส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมจิตอาสา “เราทำความดี ด้วยหัวใจ” โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อต่างๆ ควรช่วยกันส่งเสริมภาพลักษณ์ และหน่วยงานราชการควรให้มีการจัดกิจกรรมการยกย่องเชิดชูเกียรติกลุ่มบุคคลจิตอาสาที่ทำความดีอย่างต่อเนื่อง เพราะจิตอาสาเหล่านั้น ไม่ได้รับและไม่ได้ประสงค์สิ่งใดตอบแทนจึงควรมีการจัดกิจกรรมสร้างขวัญและกำลังใจต่อบุคคลผู้ทำความดี

5) จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรม ร่วมกับหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากในชุมชนมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมร่วมกับหน่วยงานของรัฐอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น และการเข้าร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมดังกล่าวของประชาชนก็อยู่ในระดับน้อย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับหน่วยงานรัฐ คือผู้ที่มียุอยู่ในวัยที่กำลังศึกษา อายุไม่เกิน 30 ปี มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ ที่เป็นวัยทำงาน อาจเพราะเหตุผลทางด้านเศรษฐกิจ ความสะดวกส่วนบุคคลของประชาชน หรือโครงการกิจกรรมที่หน่วยงานรัฐจัดโดยส่วนใหญ่จะจัดให้กับสถานศึกษาเพราะได้รับความร่วมมือในกิจกรรมมากกว่าวัยทำงาน เพื่อเป็นการปลูกฝังและกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของการร่วมกันป้องกันอาชญากรรมในชุมชนหรือสังคม ควรจัดกิจกรรมอบรมกระตุ้นและให้ความรู้ อย่างต่อเนื่องทุก 2 - 3 เดือน และเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมโดยเฉพาะ กำหนดนโยบายส่งเสริมกิจกรรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมในระดับพื้นที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดต่างๆ ซึ่งขับเคลื่อนโดยหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับสำนักงานยุติธรรมจังหวัด สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สถาบันการศึกษาในพื้นที่ ประชาสัมพันธ์ช่องทางทางการร้องเรียน ร้องทุกข์ และข้อมูลเกี่ยวกับการช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องการดำเนินคดีเมื่อนักท่องเที่ยวต้องขึ้นศาล ของกองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติอันดีต่อการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และควรมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

มาตรการที่ 1. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันอาชญากรรม

ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายยุติธรรมชุมชนในทุกชุมชน เน้นสร้างความร่วมมือระหว่างส่วนราชการ สถานศึกษา และชุมชนในจังหวัดในการเฝ้าระวังและดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมในการป้องกันปัญหาอาชญากรรม จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันปัญหาอาชญากรรมแก่ภาคประชาชน โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน เพื่อนำความรู้ดังกล่าวไปถ่ายทอดให้กับเยาวชน ชุมชน และสังคมให้มีความสงบสุขและป้องกันตนเองได้ และควรมีการติดตาม ประเมินผล รวมถึงขยายผลการดำเนินงานโครงการขับเคลื่อนมาตรการป้องกันอาชญากรรมในพื้นที่จังหวัดต่างๆ โดยมีหน่วยงานภาครัฐด้านความมั่นคง ทั้งเจ้าหน้าที่ ทหาร ตำรวจ ฝ่ายปกครอง ผู้นำชุมชน ผู้แทนสถานศึกษา อาสาสมัครต่างๆ เป็นกลุ่มพลังที่ร่วมดำเนินงาน

มาตรการที่ 2 ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยการรับทราบสถานการณ์ แนวโน้มปัญหาอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การวางแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป

นโยบายของรัฐมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้แต่ละองค์กรต้องดำเนินงานให้เป็นไปตามที่กำหนดส่งต่อมายังการกำหนดนโยบายของกรมราชทัณฑ์ ที่ต้องการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในพันธกิจคืนคนดีสู่สังคม เพราะถือว่าชุมชนเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้พ้นโทษยังมีสถานะเป็นสมาชิกส่วนหนึ่งของสังคม ที่ไม่ใช่เพียงหน้าที่ของภาครัฐต้องดูแล แต่ชุมชนต้องมีส่วนช่วยที่สำคัญอีกแรงหนึ่ง การลงนามในบันทึกข้อตกลงร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบลต่างๆ ของเรือนจำ จึงเป็นกระบวนการที่สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมและประชาชนที่ต้องการให้เกิดสังคมสันติสุข ป้องกันสังคมจากอาชญากรรมได้

มาตรการที่ 3 สนับสนุน ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สิน ทั้งของตนและบุคคลอื่นให้ปลอดภัยจากภัยอาชญากรรม

ผลักดันให้มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานและให้อำนาจแก่เจ้าหน้าที่อย่างชัดเจน การนำภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับงานยุติธรรมชุมชน ซึ่งการนำภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น จะทำให้การแก้ไขปัญหาในชุมชนนั้นสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ตลอดจนการส่งเสริมและสร้างจุดเชื่อมต่อระหว่างสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรมกับประชาชนในชุมชน การสร้างความร่วมมือในชุมชนเป็นสิ่งที่ทุกคนในชุมชนจะต้องให้ความร่วมมือช่วยกันสอดส่องดูแลผู้คนที่อยู่ในชุมชนร่วมกัน ไม่ยกให้เป็นเพียงภาระของกลุ่มคนใดกลุ่มคนหนึ่งในชุมชน ซึ่งการจะเสริมสร้างความร่วมมือในชุมชน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนมีความเข้มแข็งและสามัคคีนั้น จะต้องมีการทำหรือสร้างกิจกรรมร่วมกันในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างหรือพัฒนาชุมชน เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ร่วมมือกันปกป้องชุมชนของตนเองได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการเฝ้าระวังป้องกันอาชญากรรมด้านยาเสพติดในชุมชนเป็นหน้าที่ของทุกคนในชุมชน ไม่ใช่เพียงแต่เจ้าหน้าที่ตำรวจที่ทำหน้าที่ดูแลความสงบเรียบร้อยเท่านั้น ผู้ที่จะสามารถป้องกันชุมชนไม่ให้เกิดอาชญากรรมด้านยาเสพติดได้ดีที่สุดก็คือ ตัวประชาชนที่อยู่ในพื้นที่นั้นๆ

มาตรการที่ 4 ส่งเสริมการดำเนินงานและบูรณาการเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งไว้แล้ว อาทิ เครือข่ายยุติธรรมชุมชน เครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังภาคประชาชนในชุมชน เพื่อแจ้งข่าวให้เบาะแสอาชญากรรม

กำหนดโรบะบบและกลไกภายใต้แผนการกระจายอำนาจท้องถิ่น เช่น ให้มีมาตรการการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ภาคประชาสังคม และองค์กรพหุภาคีอื่นๆ ร่วมด้วย โดยมุ่งเน้นในประเด็นต่างๆ ดังนี้ ส่งเสริมและเพิ่มบทบาทของกลไกภาคประชาชน / ประชาสังคมในการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมและปัญหาอาชญากรรมเพิ่มมากขึ้นในทุกพื้นที่ที่กำหนดเป็นเป้าหมาย พัฒนาระบบการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพิ่มกลยุทธ์ที่จะนำบุคคลเป้าหมายเข้าสู่ระบบ แก้ไขปัญหาให้ได้มากที่สุด และกำหนดเป้าหมายชัดเจน จัดลำดับความเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมและปัญหาอาชญากรรมให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

มาตรการที่ 5 จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมจิตสำนึกของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมกับหน่วยงานภาครัฐ

การดำเนินกิจกรรมเครือข่ายเกี่ยวกับการป้องกันอาชญากรรมในทุกระดับขององค์กรหรือหน่วยงานควรมีการประเมินหรือทบทวนกิจกรรมทุกระยะ เพื่อให้ได้ทราบว่าการดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ และมีสิ่งใดที่ต้องการดำเนินกิจกรรมทุกครั้ง ทุกกิจกรรมควรมีความชัดเจน สร้างความน่าสนใจ และดึงดูดการทำงานให้มากขึ้น การดำเนินกิจกรรมที่เป็นลักษณะธรรมดา ซ้ำๆ และไม่น่าสนใจจะไม่ค่อยได้รับความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมทุกครั้งอาจเป็นแนวคิดของผู้เป็นสมาชิกในชุมชนหรือร่วมกันคิด แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันและร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรม จึงจะสามารถทำให้ความสัมพันธ์ทั้งกลุ่มแกนนำ เลขานุการ คณะทำงานประสานกันอย่างต่อเนื่อง มีแนวคิด และวิธีการทำงานจากการประชุมและปรึกษาหารือกันทำให้เกิดความแน่นแฟ้น และร่วมกันดำเนินงาน

บรรณานุกรม

- ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2531). *อาชญากรรมพื้นฐานกับกระบวนการยุติธรรมปัญหาและอุปสรรคและแนวทางควบคุม*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์พระนคร.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2558). *การมีส่วนร่วมของประชาชน*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จาก <https://mgronline.com/>.
- พรชัย ชันดี. (2553). *ทฤษฎีอาชญาวิทยา: หลักการงานวิจัยและนโยบายประยุกต์*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสุนทรพิถัม

สำนักงานกิจการยุติธรรม. (2560). *กรอบแนวทางการป้องกันอาชญากรรม 6 ด้าน ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2560*. กรุงเทพฯ.

สิทธิศักดิ์ พันธุ์พิชญานนท์. (2550). *สภาพปัญหาและวิธีการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมของชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่* (การศึกษาศรีโสธรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. เชียงใหม่.

อังคณา เมืองแสน. (2551). *การมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมของชุมชนเมืองพัทยา* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.