



วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม

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

ISSN : 2985-1149 (Online)

ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 ก.ค. - ธ.ค. 2568

VOL.15 NO.2 JULY - DECEMBER 2025



สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช



<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodil>



วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม

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

ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568 Vol.15 No. 2 July – December 2025 ISSN (Online): 2985-1149

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

เจ้าของวารสาร

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลงานวิชาการ และข้อค้นพบจากการวิจัยด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สำหรับการเรียนรู้ในระบบทางไกล
2. เพื่อเป็นช่องทางในการสะสมองค์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ในระบบทางไกลสู่การเป็นสังคมฐานความรู้
3. เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการ

ขอบเขตผลงานที่รับตีพิมพ์

ขอบเขตเนื้อหา	ประกอบด้วย	สาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ทางด้าน Arts and Humanities / Business, Management and Accounting / Social Sciences
ประเภทบทความ	ประกอบด้วย	บทความพิเศษ (Special article) บทความวิจัย (Research article) บทความวิชาการ (Academic article)

ขั้นตอนการส่งบทความ

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

2. กรอกข้อมูลให้ครบถ้วน และจัดทำต้นฉบับบทความตาม template แต่ละประเภทของบทความตามที่วารสารกำหนด โดยบทความต้องมีความยาวอย่างน้อย 10 หน้า แต่ไม่เกิน 20 หน้า กระดาษ A4 จัดทำเป็นไฟล์ Microsoft Word Document (.doc/.docx) เท่านั้น และตั้งค่าหน้ากระดาษ ขอบด้านบน 1.35 นิ้ว ด้านล่าง 0.5 นิ้ว ด้านขวาและด้านซ้าย 0.75 นิ้ว ผู้เขียนต้องทำตามคำแนะนำการเตรียมต้นฉบับบทความอย่างเคร่งครัด

- [การเตรียมต้นฉบับบทความ](#)

- [template บทความวิจัย](#)

- [template บทความวิชาการ](#)

3. กองบรรณาธิการจะดำเนินการพิจารณาถ้อยแถลงของบทความเบื้องต้น

4. กรณีบทความผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการแล้ว วารสารฯ จะแจ้งผู้ส่งบทความชำระเงิน ผู้ส่งบทความจะต้องชำระค่าพิจารณาบทความโดยโอนเงินผ่าน [ธนาคารกรุงไทย สาขาเมืองทองธานี](#) ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เลขที่บัญชี 147-1-03636-7 และแนบหลักฐานการโอนเงิน

อัตราค่าส่งบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่

- ภาษาไทย บทความละ 4,000 บาท
- ภาษาอังกฤษ บทความละ 7,000 บาท
- สำหรับบุคลากร มสธ. ไม่เสียค่าใช้จ่าย

***บทความที่ไม่ผ่านการพิจารณา ทางวารสารฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการคืนเงินค่าพิจารณา บทความ ไม่ว่าในกรณีใดๆ ทั้งสิ้น**

5. เมื่อวารสารฯ ตรวจสอบหลักฐานการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว จะดำเนินการส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน พิจารณาบทความต่อไป

6. บทความทุกเรื่องที่ส่งเข้ามาพิจารณาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จะต้องมีการเขียนอ้างอิงเอกสารอื่นหรือเขียนแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้นี้ในเนื้อหาและตอนท้าย (บรรณานุกรม) ของบทความเป็น **ภาษาอังกฤษ** ในรูปแบบ APA 6th Style

7. เมื่อบทความของท่านผ่านการพิจารณาและได้รับการแก้ไขแล้ว กองบรรณาธิการจะทำการเผยแพร่บทความของท่านในลักษณะบทความอิเล็กทรอนิกส์บนระบบต่อไป

8. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์เผยแพร่บทความในวารสาร

นโยบายการพิจารณาล้นกรองบทความ

1. บทความที่ส่งมาจะได้รับการพิจารณาล้นกรองเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการก่อน โดยจะพิจารณาถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร

1.1 ในกรณีที่บทความไม่ผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ วารสารฯ จะแจ้งปฏิเสธการรับตีพิมพ์บทความ (Reject) ให้ผู้ส่งบทความทราบ โดยผู้ส่งบทความไม่ต้องชำระเงินค่าดำเนินการใดๆ

1.2 ในกรณีที่บทความผ่านการพิจารณาล้นกรองเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการแล้ว ผู้ส่งบทความจะต้องชำระค่าพิจารณาบทความ โดยวารสารฯ จะแจ้งผู้ส่งบทความให้ทราบก่อนการชำระเงิน เมื่อผู้ส่งบทความชำระเงินเรียบร้อยแล้ว ทางวารสารฯ จะดำเนินการส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewers) ในสาขาที่เกี่ยวข้องต่อไป (ชำระเมื่อเข้าสู่กระบวนการประเมิน)

2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ ต้องผ่านการพิจารณาล้นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่านต่อบทความ (ที่มีใช้สังกัดเดียวกับผู้ส่งบทความ) โดยใช้วิธีการพิจารณาแบบ Double-Blind Review

3. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจการตีพิมพ์บทความในวารสาร และจะไม่คืนเงินไม่ว่าในกรณีใดๆ

4. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ ตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชาแต่อย่างใด

5. บทความที่เสนอพิจารณาในวารสาร e-JODIL ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยส่งไปลงพิมพ์ เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น

6. 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 ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

กำหนดการเผยแพร่

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

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ฤทธิ์ สมบัติสมภพ

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

กองบรรณาธิการ

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ เกสัชกรหญิง ดร.อโณทัย งามวิชัยกิจ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ชาติไทย | นักวิชาการอิสระ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร | มหาวิทยาลัยศรีปทุม |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |

ผู้เชี่ยวชาญภาษาต่างประเทศ

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิตา เยี่ยมขันติถาวร | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา วงรุจิระ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณประภา สุขสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |

ฝ่ายจัดการวารสาร

- | | |
|----------------------------|------------------------------|
| 1. ดร.รลิกา อังกูร | ผู้จัดการวารสาร |
| 2. นายสุรเดช อธิคม | ผู้ดูแลระบบด้านเทคนิค |
| 3. นางสาวสุจิตรา น้อยจินดา | ผู้ช่วยผู้จัดการวารสาร |
| 4. นายวัชรเดช ชันธิโชติ | ผู้ช่วยผู้ดูแลระบบด้านเทคนิค |

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)



ประจำฉบับ ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568

ศาสตราจารย์ ดร.ดุสิต เวชกิจ

ศาสตราจารย์ ดร.พนอเนื่อง สุทัศน์ ณ อยุธยา

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลชลี จงเจริญ

รองศาสตราจารย์ ดร.เกศสุดา สิทธิสันติกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ศิริเจริญ

รองศาสตราจารย์ ดร.ดนุควิน เจริญ

รองศาสตราจารย์ ดร.ติกาหลัง สุขกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ ลิ้มกูร

รองศาสตราจารย์ ดร.เนตร์พัฒนา ยาวีราช

รองศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธุ์ เขียวหิรัญ

รองศาสตราจารย์ ดร.พัฒนา สุขประเสริฐ

รองศาสตราจารย์ ดร.เพชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนิก

รองศาสตราจารย์ ดร.ภรณ์ ต่างวิวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ

รองศาสตราจารย์ ดร.วณิษา ร่มสายหยุด

รองศาสตราจารย์ ดร.วิชณุพงษ์ โพธิ์พิรุฬห์

รองศาสตราจารย์ ดร.สมจิต โยธะคง

รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาวร ภูมทลบุตร

รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยะระวัช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลปิกภัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ชยางคกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ สุวรรณราช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุวัจน์ สองเมือง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนันภรณ์ อารีกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติวัฒน์ สุวัทธิพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐศิษฐ์ ใจสอาด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนตม์ภัทร ถิรธนดิกล

นักวิชาการอิสระ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

นักวิชาการอิสระ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

นักวิชาการอิสระ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นักวิชาการอิสระ

นักวิชาการอิสระ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

นักวิชาการอิสระ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ (Peer Review)



ประจำฉบับ ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568 (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤปดี วรรณาคม	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร รัตนบุรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิชาวดี ตานีเหิง	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป พิษทองกลาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองพล นิลพฤกษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภา เอื้ออมรวนิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐสภา แก่นแก้ว	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสูตร โพธิ์เงิน	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพิมล ประพินพงศกร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพัชฎ์ เจียรนานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกพล เขียวถาวร	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ ดร.กิตติ แก้วเขียว	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อาจารย์ ดร.ณัฐวดี บริบูรณ์วิริย์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่านทุกท่าน

กระผม รองศาสตราจารย์ ดร.ทวิวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ ทำหน้าที่บรรณาธิการของวารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ซึ่งวารสารฉบับที่ท่านอ่านนี้ เป็นวารสารคุณภาพที่เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการเป็นปีที่ 15 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) ได้รับการรับรองคุณภาพอย่างต่อเนื่องเป็นวารสารกลุ่มที่ 1 สำหรับนโยบายการบริหารจัดการวารสารต่อจากนี้ ยังคงเน้นคุณภาพเพื่อยกระดับจากวารสารระดับชาติสู่วารสารระดับนานาชาติ โดยคงรักษากระบวนการประเมินคุณภาพบทความที่เข้มข้น จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณวุฒิ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตรงตามเนื้อหาในบทความ รวมทั้งการมีข้อกำหนดด้านการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการจัดเตรียมต้นฉบับของบทความที่จะเผยแพร่ในวารสาร ซึ่งถือเป็นการยกระดับการกำกับมาตรฐานในยุคที่ปัญญาประดิษฐ์ได้เข้ามามีส่วนสำคัญในการวิจัย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าวารสารได้เผยแพร่บทความที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน

บทความในวารสารฉบับนี้มีจำนวน 15 บทความ เป็นบทความวิจัยที่ครอบคลุมในศาสตร์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยผู้อ่านที่สนใจเรื่องของการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการวิจัย ต้องไม่พลาดที่จะอ่านบทความเรื่องการทบทวนวรรณกรรมจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษา ในส่วนของการวิจัยเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการศึกษา มีบทความวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทักษะ เพื่อส่งเสริมการถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา สำหรับผู้อ่านที่สนใจเรื่องของการพัฒนาการสืบทอดและการเผยแพร่วัฒนธรรมดนตรีในระดับสากล มีบทความวิจัยเรื่อง The Development of the Inheritance and Dissemination of National Music Culture Jinxiu Yao Music from the Perspective of the Neoclassical Structure-Function Theory บทความที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลจากการใช้สื่อสังคมในการดำเนินชีวิต มีบทความวิจัยที่น่าสนใจ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ และ แชนนัล เจนเนอเรชั่น: แรงกดดัน ความรู้สึกด้อยค่า และการเยียวยาตนเอง และบทความวิจัยเรื่อง การกำกับดูแลเนื้อหาวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ในส่วนของบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภาครัฐ และวิสาหกิจชุมชน มีบทความวิจัยที่น่าสนใจ ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส บทความวิจัยเรื่อง การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี บทความวิจัยเรื่อง การจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ บทความวิจัยเรื่อง การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี ในด้านการดำเนินชีวิตและสุขภาพ มีบทความวิจัยที่น่าสนใจ ได้แก่ บทความวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร บทความวิจัยเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 และบทความวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี และบทความวิจัยด้านการส่งเสริมและพัฒนาด้านการเกษตร มีบทความวิจัยเรื่อง โมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 บทความเรื่อง โมเดลการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตลอดโซ่ปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง และบทความที่เกี่ยวข้องกับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการพัฒนาด้านหัตถกรรมของชุมชน จากบทความวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

กระผมให้คํามั่นว่า วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL) ยังคงเน้นกระบวนการประเมินคุณภาพบทความที่เข้มข้นในทุกบทความที่น่าเสนอ ขอขอบคุณกองบรรณาธิการวารสาร ผู้จัดการวารสารและทีมงานสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่ปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพในทุกขั้นตอน เพื่อให้ผู้อ่านได้รับประโยชน์สูงสุด และในศุภวาระขึ้นปีใหม่ 2569 นี้ กระผมขอเป็นตัวแทนกองบรรณาธิการวารสาร ขอส่งความปรารถนาดีมายังท่านผู้อ่าน ขออำนาจคุณพระศรีรัตนตรัย และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่ท่านเคารพนับถือ จงดลบันดาลให้ผู้อ่านทุกท่าน ประสบแต่ความสุข ความเจริญ ด้วยจตุรพิธพรชัยและสัมฤทธิผลในสิ่งอันพึงปรารถนาทุกประการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ

บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
บทความวิจัย	
 การทบทวนวรรณกรรมจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษา อโณทัย งามวิชัยกิจ	1
 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทัศนศิลป์เพื่อส่งเสริมการ ถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา พรเพ็ญ คงหน่วย, อินทิรา พรหมพันธุ์	16
 The Development of the Inheritance and Dissemination of National Music Culture Jinxiu Yao Music from the Perspective of the Neoclassical Structure- Function Theory Xiaoning Qin, Somdech Rungsisawat	31
 สื่อสังคมออนไลน์ และ แชนนิช เจนเนอเรชั่น: แรงกดดัน ความรู้สึกด้อยค่า และการเยียวยาตนเอง ธีรวัช เจนวัชรรักษ์	48
 การกำกับดูแลเนื้อหาวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ศิริภา พิมพ์อรุณ, มนวิภา วงจร๊ะ, ศิริวรรณ อนันต์โท, อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว	80
 การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ธัญพิชชา ศิริรักษ์, สรัญณี อุเสินยาง	96
 การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาค พลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี วัฒนา นนทจิต, กรวิทย์ เกาะกลาง	113
 การจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ วันวิษา แซ่เฮ้า, สรัญณี อุเสินยาง	133
 การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวด เพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูตี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี วนภัทร์ แสงแก้ว	153

สารบัญ (ต่อ)

	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	167
	กศิรา ดนเสมอ, จิราพัชร ทีปะลา, วานินา ม่าหมุด, วิภาทิพย์ เรืองทรัพย์, นริศรา ภาควิธี	
	อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19	187
	ธนภัทร ศรีเลิศฟ้า, นีรนุช เนื่องวัง	
	ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี	215
	ศรัณย์ ทันทานนท์	
	โมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	225
	ศรีสุตา ศรีละ, เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ, สนิษฐา คุรุทเมือง แสนเสริม, ปริญญารัตน์ ภูศิริ	
	โมเดลการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง	240
	โคภิต วงษ์พลับ, เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ, บำเพ็ญ เขียวหวาน, ภรณ์ ต่างวิวัฒน์	
	การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งด้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่	257
	รสนิน เพตะกร, อรุณช พันโท, สารุ่ง ตันตระกูล	



Received: 02-04-2025
Revised: 16-06-2025
Accepted: 02-07-2025

การทบทวนวรรณกรรมจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษา

A Literature Review of Artificial Intelligence (AI) Ethics in Higher Education Research

อโนทัย งามวิชัยกิจ^{*1}

Anothai Ngamvichaikit

Anothai.ne@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านจริยธรรมของปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยสถาบันอุดมศึกษา วิเคราะห์กรอบจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์และแนวทางการกำกับดูแลจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยสถาบันอุดมศึกษา พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา โดยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบจากฐานข้อมูลทางวิชาการที่เชื่อถือได้ ในช่วงปี ค.ศ. 2016-2024 และสังเคราะห์วรรณกรรมแบบพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า จริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยในระดับอุดมศึกษาประสบกับความท้าทายทั้งความโปร่งใส ความลำเอียงและความรับผิดชอบ แต่กลับยังขาดกรอบจริยธรรมและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจงในการกำกับดูแลการวิจัย ทำให้สถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องพัฒนานโยบายจริยธรรมเชิงรุกและจัดตั้งคณะกรรมการจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ โดยให้ความสำคัญการพัฒนากรอบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย การจัดตั้งคณะกรรมการจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในระดับสถาบัน พัฒนาหลักสูตรและจัดการอบรมด้านจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ สนับสนุนการวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันเพื่อการพัฒนาแนวปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพร่วมกัน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการนำปัญญาประดิษฐ์ไปใช้ในการวิจัยนั้น จะเป็นไปอย่างมีคุณภาพ โปร่งใส เชื่อถือได้ และสร้างประโยชน์อย่างยั่งยืนแก่สังคมโดยรวม

คำสำคัญ: จริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์, การวิจัย, อุดมศึกษา

^{*} Corresponding Author

¹ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

Abstract

This study's primary objectives are to synthesize the key ethical issues of artificial intelligence (AI) in research within higher education institutions, analyze ethical frameworks and governance guidelines for the use of AI in academic research, and propose recommendations for the development of AI ethics in this context. A systematic literature review was conducted, drawing from credible academic databases for the period 2016-2024, and the findings were synthesized descriptively.

The results indicate that the ethical application of AI in higher education research faces significant challenges concerning transparency, bias, and accountability. Concurrently, there is a distinct lack of clear and specific ethical frameworks and practical guidelines for research governance. Consequently, it is imperative for higher education institutions to proactively develop ethical policies and establish dedicated AI ethics committees. Key recommendations include the development of comprehensive ethical frameworks and practical guidelines for AI in research, the establishment of institutional-level AI ethics committees, the creation of curricula and training programs on AI ethics, the support for further research into the ethics of AI application, and the promotion of inter-institutional collaboration to jointly develop effective practices. Such measures are essential to ensure that the integration of AI in research is of high quality, transparent, reliable, and capable of generating sustainable benefits for society as a whole.

Keywords: AI Ethics, Research, Higher Education

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มีรากฐานจากการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) เป็นเทคโนโลยีที่คอมพิวเตอร์สามารถเรียนรู้และปรับปรุงตนเองได้จากข้อมูล การประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing) เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจภาษามนุษย์ และการเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) ที่รับข้อมูลและเรียนรู้เลียนแบบการทำงานของสมองมนุษย์ (Zhang, & Lu, 2021) ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การพัฒนาของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence AI) ได้ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและสร้างผลกระทบต่อการเรียนการสอนและการวิจัยในระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่ขั้นตอนการทบทวนวรรณกรรม การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ไปจนถึงการเขียนและเผยแพร่ผลงาน วิจัยปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (Generative AI) เช่น ChatGPT Gemini Claude กลายเป็นเครื่องมือวิจัยให้นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาและคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย

บุคลากรในระดับอุดมศึกษา ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรสายสนับสนุน จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินการวิจัยเพื่อเพิ่มพูนความก้าวหน้าในการเรียนรู้ การพัฒนาตำแหน่งวิชาชีพ และการสร้างองค์ความรู้ในแง่อุตสาหกรรม หลักสูตรในมหาวิทยาลัยบรรจุเนื้อหาการวิจัยในการเรียนการสอน โดยให้นักศึกษามีการดำเนินการวิจัยเพื่อแสวงหาคำตอบหรือข้อมูลใหม่ที่เอื้อต่อการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคม นอกจากนี้ คณาจารย์และบุคลากรจำเป็นต้องดำเนินการวิจัย เพื่อพัฒนาความรู้ให้แก่ตนเอง เพิ่มพูนประสิทธิภาพการทำงาน และสร้างความก้าวหน้าในสายงาน เพื่อปรับปรุงงานของตนในการสนับสนุนการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการวิจัยก่อให้เกิดประโยชน์มากมาย ทั้งการการเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาข้อมูล การประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ การสร้างข้อเสนอแนะเชิงลึกจากรูปแบบข้อมูลที่ซับซ้อน และการลดระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย ส่งผลให้สถาบันการศึกษาและนักวิจัยที่นำปัญญาประดิษฐ์มาใช้มีความได้เปรียบในการผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ (Davenport, & Ronanki, 2018) อย่างไรก็ตาม การพึ่งพาเทคโนโลยีเหล่านี้ยังไม่มีขอบเขตได้นำมาซึ่งความท้าทายด้านจริยธรรมที่ซับซ้อนและหลากหลายมิติ

อย่างไรก็ตาม การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยก่อให้เกิดความท้าทายด้านจริยธรรมที่สำคัญหลายประการ ประการแรก คือ ประเด็นความโปร่งใสของข้อมูล เนื่องจากปัญญาประดิษฐ์ สามารถสังเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ และสร้างเนื้อหาใหม่ได้อย่างรวดเร็ว การระบุแหล่งที่มาดั้งเดิมของแนวคิดและข้อมูลเพื่ออ้างอิงแหล่งที่มาจึงกลายเป็นเรื่องที่ท้าทายอย่างยิ่ง นำไปสู่ความเสี่ยงของการละเมิดลิขสิทธิ์และการคัดลอกผลงานโดยไม่ตั้งใจ (plagiarism) (Sargiotis, 2024) รวมถึงกระบวนการจัดการข้อมูลที่ซับซ้อนและยากต่อการอธิบายการตัดสินใจที่เรียกว่า ปัญหากล่องดำ (Black-box problem) ของปัญญาประดิษฐ์ (Li, 2024; Rai, 2020) ประเด็นที่สองคือความลำเอียง (bias) ที่แฝงอยู่ในระบบปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งเกิดจากข้อมูลที่ใช้ในการฝึกสอนระบบ อาจส่งผลต่อความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย โดยเฉพาะในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ที่ต้องคำนึงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและบริบททางสังคม (Vlaeminck, 2023) นอกจากนี้ ประเด็นที่สาม คือ การใช้ปัญญาประดิษฐ์มากเกินไปอาจส่งผลต่อการลดทอนความรับผิดชอบของนักวิจัย อันเกิดจากความเสี่ยงจากการพึ่งพาเครื่องมืออัตโนมัติมากเกินไปอาจนำไปสู่การลดทอนทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์และความคิดสร้างสรรค์ของนักวิจัย โดยเฉพาะนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่อยู่ในช่วงพัฒนาทักษะการวิจัย การใช้ AI อย่างไม่เหมาะสมอาจทำให้ขาดการฝึกฝนกระบวนการคิดเชิงลึกและการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (Bouhouita-Guermech, Gogognon, & Bélisle-Pipon, 2023)

ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ชื่อเสียงของสถาบันการศึกษาและบุคลากร และผลกระทบต่องานที่ต้องนำผลการวิจัยไปใช้ในวงกว้าง (Vlaeminck, 2023) ปัจจุบัน งานวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นการอภิปรายในเชิงทฤษฎีหรือเทคนิคการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ แม้ว่าหลายสถาบันอุดมศึกษาทั้งในระดับนานาชาติและในประเทศไทยได้เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นนี้ แต่ยังขาดแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมในการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยในระดับอุดมศึกษาอย่างมีจริยธรรม (Bouhouita-Guermech, Gogognon, & Bélisle-Pipon, 2023) การขาดแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานทำให้เกิดความไม่แน่นอนในหมู่นักวิจัย และอาจนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีอย่างไม่เหมาะสมหรือขัดต่อหลักจริยธรรมการวิจัย

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งสำรวจและวิเคราะห์ประเด็นจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษา โดยใช้กรอบแนวคิดที่ครอบคลุมสามมิติหลัก ได้แก่ (1) ความท้าทายทางจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย (2) กรอบจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์และแนวทางปฏิบัติในการกำกับดูแลจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย และ (3) การพัฒนานโยบายพัฒนานโยบายจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา ผลการศึกษานี้จะเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับบริบทของสถาบันอุดมศึกษาไทย เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมทั้งรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานทางจริยธรรมและความน่าเชื่อถือของงานวิจัยในระดับอุดมศึกษา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสังเคราะห์ประเด็นความท้าทายด้านจริยธรรมของปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา
2. เพื่อวิเคราะห์กรอบจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์และแนวทางการกำกับดูแลจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบายจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยธุรกิจของสถาบันอุดมศึกษา” กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ใน 4 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา (Content Scope)

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาประเด็นจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิจัยธุรกิจในระดับอุดมศึกษา โดยครอบคลุม 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) ความท้าทายทางจริยธรรมในการใช้ AI ในการวิจัย (2) กรอบจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลการใช้ AI และ (3) แนวทางการพัฒนานโยบายจริยธรรม AI ที่เหมาะสมสำหรับสถาบันอุดมศึกษา โดยนิยามคำว่า “การวิจัย (Research)” ในที่นี้ หมายถึง กระบวนการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งครอบคลุมถึงการค้นคว้าอิสระ วิทยานิพนธ์ คุชกรีนินิพนธ์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา การวิจัยของอาจารย์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงประยุกต์ ตลอดจนการวิจัยของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย

2. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง (Population/Respondents Scope)

การศึกษานี้ใช้การทบทวนวรรณกรรมเชิงระบบ (Systematic Literature Review) เป็นวิธีการหลัก โดยไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างในเชิงภาคสนาม แต่เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทความวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่ผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (peer-reviewed) รวมจำนวน 22 บทความ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ (Geographical Scope)

แม้บทความที่นำมาศึกษาจะมีที่มาจากหลายประเทศ แต่การวิจัยนี้มุ่งสังเคราะห์องค์ความรู้เพื่อการประยุกต์ใช้ในบริบทของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยเฉพาะสถาบันที่มีการเรียนการสอนและดำเนินงานวิจัยด้านบริหารธุรกิจ ทั้งในมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยคำว่า “อุดมศึกษา (Higher Education)” ในที่นี้หมายถึง การศึกษาหลังระดับมัธยมศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ ซึ่งรวมถึงการศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ที่จัดโดยมหาวิทยาลัย วิทยาลัย หรือสถาบันที่ได้รับอนุญาตให้มอบวุฒิการศึกษาดังกล่าว

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา (Time Scope)

บทความที่นำมาวิเคราะห์ในการศึกษานี้ครอบคลุมช่วงเวลาการตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2015 ถึง ค.ศ. 2024 และการดำเนินงานวิจัยใช้ระยะเวลา 12 เดือน ภายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) และนำมาสังเคราะห์วรรณกรรมแบบพรรณนา (Descriptive Literature Analysis) เพื่อการประยุกต์ใช้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยธุรกิจระดับอุดมศึกษาอย่างครอบคลุม วิธีการนี้ช่วยให้สามารถตรวจสอบองค์ความรู้ที่มีอยู่และระบุประเด็นสำคัญรวมถึงช่องว่างในวรรณกรรมปัจจุบันได้อย่างละเอียดโดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. กำหนดคำสำคัญในการสืบค้น นักวิจัยกำหนดคำสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

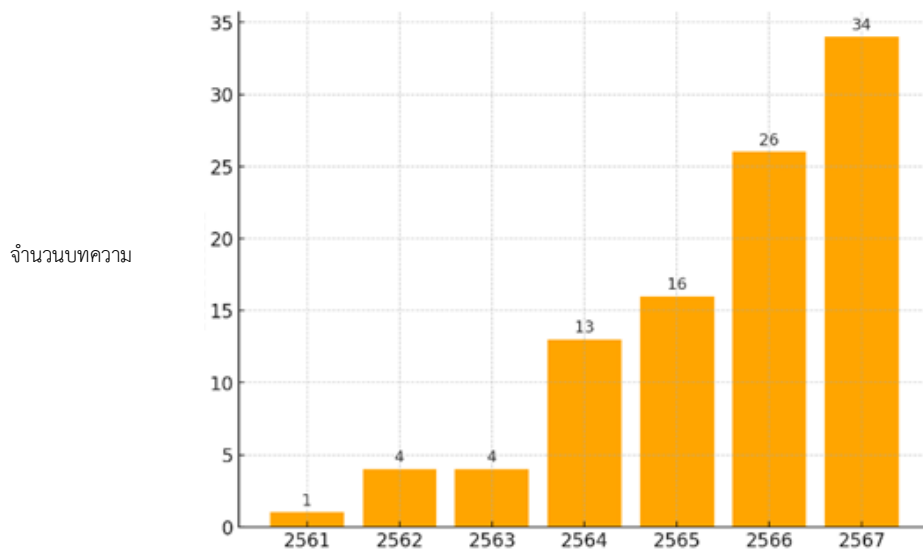
- "AI ethics" หรือ "artificial intelligence ethics"
- "research"
- "higher education" หรือ "university"
- "research ethics"
- "ethical guidelines"

2. สืบค้นบทความวิจัยและวิชาการจากฐานข้อมูล การสืบค้นใช้คำสำคัญในข้อ 1 ร่วมกับตัวดำเนินการ Boolean (AND, OR) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงประเด็น โดยใช้การสืบค้นใน Google Scholar เนื่องจากเป็นฐานที่รวบรวมข้อมูลการวิจัยไว้มากที่สุด และครอบคลุมฐานข้อมูลหลักฐานข้อมูลวิชาการชั้นนำ ได้แก่ Scopus Web of Science IEEE Xplore ACM Digital Library โดยมุ่งเน้นการค้นหางานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารที่ผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (peer-reviewed) และผู้วิจัยมีการทบทวนวรรณกรรมผ่าน SCISPACE AI เพื่อค้นคว้าเชิงลึกกว่ายังมีวรรณกรรมเพิ่มเติมหรือไม่

3. คัดเลือกบทความที่เกี่ยวข้องตามเกณฑ์ที่กำหนด การคัดเลือกวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องอาศัยเกณฑ์การคัดเลือกและคัดออก ได้แก่

เกณฑ์การคัดเลือกเข้า (Inclusion Criteria)	เกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria)
- บทความทบทวนวรรณกรรมหรือบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในช่วงปี ค.ศ. 2015-2024 - บทความที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษ - บทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในบริบทของการวิจัยหรือการศึกษาระดับอุดมศึกษา	- บทความที่ไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัยธุรกิจหรือการศึกษาในระดับอุดมศึกษา - บทความที่เน้นเฉพาะด้านเทคนิคของปัญญาประดิษฐ์โดยไม่กล่าวถึงประเด็นจริยธรรม - บทความประเภทบทบรรณาธิการ จดหมายถึงบรรณาธิการ หรือบทวิจารณ์หนังสือ

กระบวนการคัดเลือกบทความได้บทความที่เกี่ยวข้องจำนวน 99 บทความดังแสดงในภาพที่ 1 จากการสืบค้นในฐานข้อมูล ซึ่งคัดกรองบทความที่ซ้ำซ้อนและไม่เป็นไปตามเกณฑ์การคัดเข้าออก เหลือบทความที่ไม่ซ้ำกันจำนวน 97 บทความ จากนั้น ผู้วิจัยและผู้วิจัยร่วมได้ดำเนินการคัดกรองชื่อเรื่องและบทคัดย่อแบบอิสระต่อกัน ส่งผลให้ได้บทความจำนวน 27 บทความสำหรับการทบทวนเนื้อหาฉบับเต็ม ภายหลังการประเมินเนื้อหาฉบับเต็ม พบว่ามีบทความที่เป็นไปตามเกณฑ์การคัดเลือกทั้งหมดจำนวน 22 บทความ ซึ่งได้รับการคัดเลือกเพื่อการวิเคราะห์ขั้นสุดท้าย โดยบทความทั้งหมดครอบคลุมช่วงเวลาที่หลากหลาย และพบว่ามีจำนวนการตีพิมพ์เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงปี พ.ศ. 2564-2567



ภาพที่ 1 จำนวนการกระจายตัวของบทความวิจัยจากปี พ.ศ. 2564-2567

การกระจายตัวของบทความดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจทางวิชาการที่เพิ่มขึ้นในประเด็นจริยธรรมของปัญญาประดิษฐ์ในบริบทของการอุดมศึกษาและการวิจัยทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แนวโน้มนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ในการกำหนดแนวปฏิบัติการวิจัย รวมถึงข้อกังวลด้านจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง

4. วิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาจากบทความที่คัดเลือก

ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) ตามขั้นตอนต่อไปนี้ ผู้วิจัยอ่านบทความทั้งหมดอย่างละเอียดเพื่อทำความเข้าใจภาพรวม กำหนดหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในบทความ เช่น ประโยค ย่อหน้า หรือแนวคิดที่เกี่ยวข้อง สร้างระบบการให้รหัส (Coding Scheme) โดยกำหนดรหัสที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย เช่น หลักจริยธรรมพื้นฐาน

ของปัญญาประดิษฐ์ และใส่รหัสกับข้อมูลในบทความ และนำข้อมูลมาจัดเป็นกลุ่ม และนำเสนอประเด็นหลัก ตามระบบที่กำหนด ดังแสดงในตาราง

การวิจัยนี้ใช้ การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) โดยประยุกต์ใช้แนวทางของ การวิเคราะห์เนื้อหาแบบชี้แนะ (Directed Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากบทความที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน 22 ฉบับ โดยมีกระบวนการดังนี้

4.1 การพัฒนาสมรทรหัส (Codebook Development) ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบการให้รหัส (Coding Scheme) แบบผสมผสาน (Hybrid Approach) ในขั้นแรก ได้กำหนดรหัสเบื้องต้น โดยอ้างอิงจากวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงในตารางที่ 2 จากนั้น ในระหว่างกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เปิดรับการเกิดรหัสใหม่ สำหรับประเด็นสำคัญที่ปรากฏขึ้นจากข้อมูลแต่ยังไม่ครอบคลุมในสมรทรหัสเบื้องต้น

4.2 กระบวนการเข้ารหัส (Coding Process) ผู้วิจัยได้ทำการเข้ารหัสบทความ โดยเริ่มต้นจากการทดลองเข้ารหัสบทความจำนวน 5 ฉบับ (ประมาณ 23% ของบทความทั้งหมด) เพื่อทดสอบความชัดเจนของสมรทรหัสและสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน จากนั้นจึงดำเนินการปรับแก้สมรทรหัสให้มีความสมบูรณ์ โดยหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ข้อความหรือย่อหน้าที่กล่าวถึงประเด็นด้านจริยธรรม แนวปฏิบัติ หรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ AI ในการวิจัยระดับอุดมศึกษา

4.3 การสังเคราะห์เชิงประเด็น (Thematic Synthesis) ภายหลังการเข้ารหัสข้อมูลเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้นำรหัสทั้งหมดมาจัดกลุ่มเป็นหมวดหมู่ (Categories) ที่มีความหมายใกล้เคียงกัน เพื่อสังเคราะห์และสร้างเป็นประเด็นหลัก (Themes) จำนวน 3 ประเด็น ซึ่งสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างครอบคลุม ได้แก่ 1) ความท้าทายทางจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย 2) การขาดกรอบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติในการกำกับดูแล และ 3) การพัฒนานโยบายเชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษา

ตารางที่ 1 การเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัย รหัสข้อมูล การจัดกลุ่ม และประเด็นหลัก

วัตถุประสงค์	รหัสข้อมูล (Coding)	กลุ่ม (Categories)	ประเด็นหลัก (Themes)
1. เพื่อสังเคราะห์วรรณกรรมและสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา	- หลักจริยธรรมพื้นฐานของปัญญาประดิษฐ์ - อคติและความไม่เป็นธรรม - การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล - ความสามารถในการอธิบายผลลัพธ์ - การวิจัยอย่างมีความรับผิดชอบ - ความซื่อสัตย์ทางวิชาการ	- แนวคิดพื้นฐานด้านจริยธรรมของปัญญาประดิษฐ์ - จริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานวิจัยทางวิชาการ - ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์	ความท้าทายทางจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการกำกับดูแลจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา	- นโยบายการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของมหาวิทยาลัย - มาตรฐานของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย - กระบวนการตรวจสอบจริยธรรมในงานวิจัยที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ - การกำกับดูแลและการบังคับใช้	- นโยบายและแนวปฏิบัติของสถาบันอุดมศึกษา - บทบาทของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย - มาตรฐานสากลและกรอบการกำกับดูแล	การขาดกรอบจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์และแนวทางปฏิบัติในการกำกับดูแล

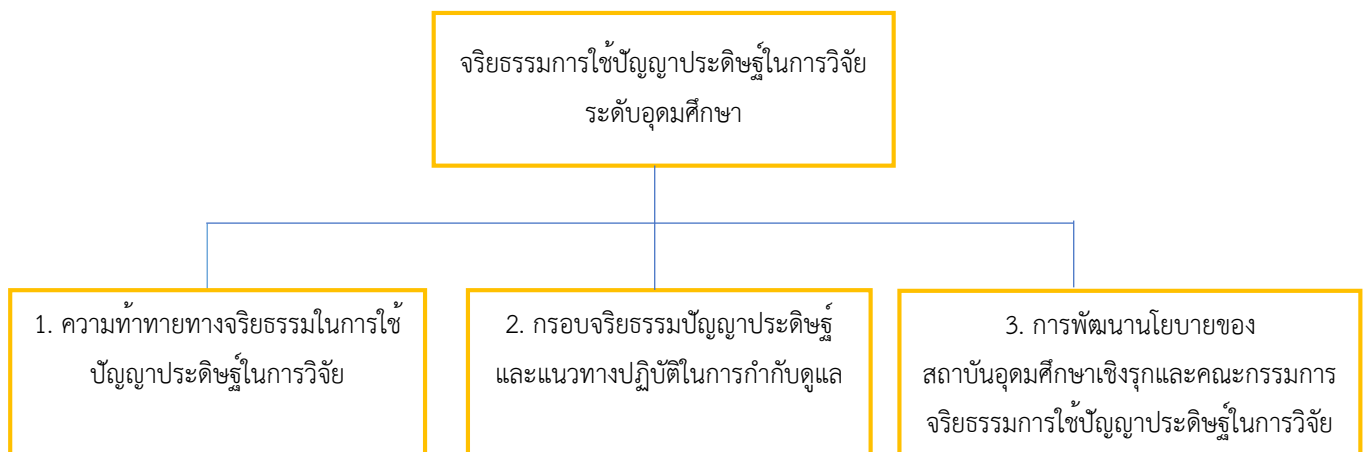
วัตถุประสงค์	รหัสข้อมูล (Coding)	กลุ่ม (Categories)	ประเด็นหลัก (Themes)
	- กลไกการลดความเสี่ยงทางจริยธรรม - การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดแนวทาง		
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา	- การฝึกอบรมและการให้ความรู้เรื่องจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ - การจัดทำแนวทางจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ - ความร่วมมือระหว่างศาสตร์เพื่อพัฒนานโยบายจริยธรรม - การบูรณาการเนื้อหาจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในหลักสูตร - แนวปฏิบัติที่ดีและกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ	- แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักวิจัย - การบูรณาการจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในหลักสูตรการศึกษา - ข้อเสนอเชิงนโยบายและการดำเนินการเชิงรุกของสถาบัน	การพัฒนานโยบายของสถาบันเชิงรุกและคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย

5. สรุปและนำเสนอผลการสังเคราะห์วรรณกรรมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

สรุปผลการสังเคราะห์วรรณกรรมโดยเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย อภิปรายผลโดยเปรียบเทียบกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษา จำนวน 22 ฉบับ พบว่ามีประเด็นองค์ความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ความท้าทายทางจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย กรอบจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์และแนวทางปฏิบัติในการกำกับดูแล และการพัฒนานโยบายของสถาบันอุดมศึกษาเชิงรุกและคณะกรรมการจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย



ภาพที่ 2 ประเด็นหลักจากการทบทวนวรรณกรรมจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษา

ประเด็นที่ 1 ความท้าทายทางจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย

บทความวิชาการของ Butson and Spronken-Smith (2024) ระบุถึงคุณประโยชน์ของการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย ที่ช่วยเป็น “พันธมิตรเชิงปัญญา” ในกระบวนการวิจัย โดยเพิ่มความรวดเร็ว ความถูกต้อง และเปิดโอกาสให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลข้ามศาสตร์ในการวิจัย ท่ามกลางความท้าทายทางจริยธรรมที่เกิดขึ้น อันได้แก่

1.1 ความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับความโปร่งใส (Transparency) ในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย ปัญญาประดิษฐ์จะสามารถประมวลผลข้อมูลจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ แต่กระบวนการในการตัดสินใจไม่สามารถอธิบายได้ชัดเจน และมีความแปรปรวนทำให้ไม่อาจทำซ้ำได้เช่นเดิม (Ivanov, 2023)

1.2 ความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับความลำเอียง (Bias) ในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย มีความกังวลเกี่ยวกับอัลกอริทึมที่อาจมีความลำเอียงจากข้อมูลที่ไม่สมดุลหรืออคติ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความถูกต้องและความยุติธรรมของผลการวิจัย หรือ การนำปัญญาประดิษฐ์ไปใช้ในการคัดเลือกตัวอย่างเข้าการวิจัย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคติในการวิจัย

1.3 ความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบ (Integrity) ในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย Nam and Bai (2023) สังเคราะห์วรรณกรรมและระบุความเสี่ยงในการพึ่งพาปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยมากเกินไปส่งผลนำไปสู่การละทิ้งบทบาทนักวิจัยในกระบวนการวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกิจกรรมที่สะท้อนความสามารถทางวิชาการ เช่น การเขียนบทความ การตีความข้อมูล หรือการทบทวนวรรณกรรม ปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยจัดระเบียบความคิดและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ แต่หากปล่อยให้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ “สร้าง” เนื้อหาทางวิชาการเป็นส่วนใหญ่อาจนำไปสู่การบั่นทอนจิตสำนึกในความรับผิดชอบของนักวิจัย และส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ดังนั้น การนำปัญญาประดิษฐ์ไปใช้อาจก่อให้เกิดปัญหาการคัดลอกงาน การปลอมแปลงผลงาน ความเป็นเจ้าของในผลงานวิจัย และการโกง รวมถึงกรณีที่ปัญญาประดิษฐ์ก่อให้เกิดความผิดพลาด การรับผิดชอบต่อความผิดพลาดเป็นภาระของผู้วิจัยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ดังนั้น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยควรมีการกำหนดแนวทางที่ชัดเจนและมีมาตรฐานที่สามารถตรวจสอบได้ (Acosta Enriquez et al, 2024; Espinoza Vidaurre, Velásquez Rodríguez, Gambetta Quelopana, Martinez Valdivia, Leo Rossi, & Nolasco-Mamani, 2024) เพื่อสร้างความโปร่งใส ลดความลำเอียงและเพิ่มความน่าเชื่อถือและรับผิดชอบในการวิจัยทางธุรกิจ เช่น การอ้างอิงผลงานที่ปัญญาประดิษฐ์ร่วมสร้างอย่างเปิดเผย การกำหนดให้มีการตรวจสอบอัลกอริทึมอย่างสม่ำเสมอ หรือการให้ความสำคัญกับการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

ประเด็นที่ 2 กรอบจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์และแนวทางปฏิบัติในการกำกับดูแลการวิจัย

การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์จะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องมีการให้แนวทางและกรอบจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ไปควบคู่กับความรู้ในการประยุกต์ใช้ การศึกษาของ Acosta-Enriquez et al. (2024) ที่สำรวจความรู้ ทัศนคติ และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับจริยธรรมของการใช้ ChatGPT ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรุ่น Gen Z พบว่าแม้นักศึกษาจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อการปัญญาประดิษฐ์ แต่ยังคงขาดความเข้าใจอย่างชัดเจนเกี่ยวกับกรอบจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในประเด็นความโปร่งใส ความถูกต้องของข้อมูล และการอ้างอิงแหล่งที่มาอย่างเหมาะสม (Acosta Enriquez et al, 2024; Vetter, Lucia, Jiang, & Othman, 2024) เช่นเดียวกับผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมของ Nikolic et al. (2024) ที่พบว่าคณาจารย์ส่วนใหญ่จะมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการปัญญาประดิษฐ์ แต่กังวลต่อการผิดพลาดด้านจริยธรรมและการใช้ข้อมูล

หลายองค์กรระดับนานาชาติมีการกำหนดกรอบจริยธรรมสำหรับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในด้านการศึกษา เช่น UNESCO Ethics AI (Ad Hoc Expert Group [AHEG], 2020), UNESCO Education & AI (Miao, Holmes, Huang, & Zhang, 2021), Beijing Consensus (UNESCO, 2019), Ethics Guidelines for Trustworthy AI โดย European Commission (European Commission, 2019) ซึ่งผลการศึกษาของ Nguyen, Ngo, Hong, Dang, and Nguyen (2023) ได้ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากเอกสารนโยบายด้านจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์จากองค์กรระหว่างประเทศที่กำหนดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ชุดกรอบจริยธรรมสำหรับการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในบริบทของการศึกษา การศึกษานี้ได้สรุปกรอบจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ที่สำคัญจำนวน 7 ประการ ดังนี้

1. หลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแล (Governance and Stewardship) สถาบันอุดมศึกษาควรกำหนดนโยบายและโครงสร้างการกำกับดูแลที่ชัดเจนต่อการใช้อยุทธศาสตร์ในการวิจัย โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม ความปลอดภัย สิทธิมนุษยชน และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

2. หลักความโปร่งใสและความรับผิดชอบ (Transparency and Accountability) การใช้อยุทธศาสตร์ในการวิจัยควรเปิดเผยกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล การอธิบายผลลัพธ์ของอัลกอริธึม และการแบ่งบทบาทความรับผิดชอบของนักวิจัยกับระบบปัญญาประดิษฐ์อย่างชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงจากการใช้อยุทธศาสตร์เป็น “ผู้ช่วยวิจัย” โดยไม่ตรวจสอบข้อผิดพลาด

3. หลักความยั่งยืนและความเหมาะสม (Sustainability and Proportionality) การออกแบบและพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การลดภาระการใช้พลังงานของระบบปัญญาประดิษฐ์และการไม่สร้างความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา

4. หลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy) ข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยควรได้รับการคุ้มครองตามหลักการสากล มีการขอความยินยอม (informed consent) และจำกัดการเข้าถึงเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิในข้อมูล

5. หลักความปลอดภัยและความมั่นคง (Security and Safety) สถาบันควรประเมินความเสี่ยงของระบบปัญญาประดิษฐ์และมีมาตรการป้องกันข้อมูลรั่วไหล ความผิดพลาดของอัลกอริธึม รวมถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

6. หลักความทั่วถึงและเท่าเทียม (Inclusiveness) การใช้อยุทธศาสตร์ในงานวิจัยควรคำนึงถึงการไม่เลือกปฏิบัติและส่งเสริมความเท่าเทียมของกลุ่มเปราะบาง ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติ เพศ สถานะทางเศรษฐกิจ หรือความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี

7. หลักการยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human-Centered AIED) ปัญญาประดิษฐ์ควรมีบทบาทสนับสนุนมนุษย์ในการตัดสินใจ ไม่ใช่ทดแทนมนุษย์ และควรส่งเสริมศักยภาพของนักวิจัยให้สามารถควบคุม ตรวจสอบ และสะท้อนจริยธรรมของตนในกระบวนการใช้อยุทธศาสตร์

กรอบจริยธรรมที่สังเคราะห์ขึ้นใช้หลักการมุ่งเน้นไปยังบริบทการเรียนการสอน การบริหารจัดการระบบการศึกษา หรือการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อผู้เรียนเป็นหลักจริยธรรมการใช้อยุทธศาสตร์ในการวิจัยโดยเฉพาะในบริบทของการวิจัยในระดับอุดมศึกษามีลักษณะเฉพาะที่ต้องอาศัยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่เข้มงวดและอาศัยหลักจริยธรรมในการดำเนินงานวิจัยอย่างเคร่งครัด เช่น การออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากมนุษย์ การวิเคราะห์และเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งแต่ละขั้นตอนล้วนมีความเสี่ยงที่จะละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและบิดเบือนความถูกต้องขององค์ความรู้ หากขาดจริยธรรมและแนวทางกำกับดูแลอย่างเหมาะสม ด้วยเหตุนี้ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานวิจัยจึงควรได้รับการพัฒนาจริยธรรมการใช้อยุทธศาสตร์และแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการวิจัย ไม่ว่าจะเป็นแนวทางการใช้อยุทธศาสตร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล การอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหาที่สร้างจากปัญญาประดิษฐ์ ไปจนถึงการกำหนดความรับผิดชอบในกรณีที่ผลของปัญญาประดิษฐ์ส่งผลต่อการตีความ ผลลัพธ์ หรือการตัดสินใจเชิงวิจัยที่คลาดเคลื่อนไปได้ นอกจากนี้ การพัฒนากรอบจริยธรรมการใช้อยุทธศาสตร์ในการวิจัยต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องตามการพัฒนาของปัญญาประดิษฐ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มหาวิทยาลัยชั้นนำอย่างสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ (MIT) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด (MIT Information System & Technology, 2025; StanfordReport, 2025; University of Oxford, 2024) ต่างพัฒนาแนวปฏิบัติและกรอบการดำเนินการวิจัยโดยใช้อยุทธศาสตร์อย่างมีจริยธรรมให้แก่บุคลากร นักวิจัยและนักศึกษาในสถาบันของตน

ข้อเสนอแนะที่สำคัญจากการทบทวนวรรณกรรมนี้ คือ การกำหนดแนวทางปฏิบัติในการใช้อยุทธศาสตร์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษาอย่างมีจริยธรรม เพื่อตอบสนองบริบทการวิจัยระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัยแต่ละที่ได้อย่างเหมาะสม อันได้แก่

- พัฒนารอบจริยธรรมของสถาบันศึกษาแต่ละแห่งขึ้นเอง (Local Ethical Framework) Vetter, Lucia, Jiang, and Othman (2024) ได้เสนอกรอบจริยธรรมการใช้อยุทธศาสตร์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษาเฉพาะตามบริบทของแต่ละห้องเรียนหรือหลักสูตรหรือพื้นที่มากกว่าการใช้กรอบจริยธรรมแบบสากลที่ โดยพิจารณาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอน-ผู้เรียน เพื่อสะท้อนคุณค่าทางจริยธรรมอย่างเหมาะสมกับบริบท เช่น การเจรจาว่าการใช้อยุทธศาสตร์เพื่อวางโครงร่างถือว่าละเมิดจริยธรรมหรือไม่

- การบรรจุหลักสูตรด้านจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในหลักสูตร Acosta-Enriquez et al. (2024) เสนอให้การใช้ปัญญาประดิษฐ์ควรบรรจุในหลักสูตรการสอนและการอบรมในระดับอุดมศึกษา เพื่อให้มั่นใจว่านักวิจัยและนักศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยง ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ และลดการพึ่งพาปัญญาประดิษฐ์มากเกินไป

- เปิดเผยและยอมรับบทบาทของปัญญาประดิษฐ์ในการเขียนงานวิจัย (Distributed Authorship) Vetter, Lucia, Jiang, and Othman (2024) ได้เสนอให้สร้างนโยบายเปิดกว้างยอมรับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการร่วมเขียนงานวิจัย ส่งผลให้เกิดการร่วมมือแบบพันธมิตรในการเขียนงานวิจัย (Collaborative authorship) ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในจริยธรรมการวิจัยยุคปัญญาประดิษฐ์

ประเด็นที่ 3 การพัฒนานโยบายของสถาบันอุดมศึกษาเชิงรุกและคณะกรรมการจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย

ผลการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบของ Nikolic et al. (2024) ที่ศึกษาทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมของคณาจารย์ในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (GenAI) ในระดับอุดมศึกษา พบว่า แม้คณาจารย์ส่วนใหญ่จะมีทัศนคติในเชิงบวกต่อปัญญาประดิษฐ์แต่การนำไปใช้ยังประสบอุปสรรคด้านนโยบายและการขาดการสนับสนุนจากสถาบันอย่างเป็นระบบ Kamali, Alpat, and Bozkurt (2024) สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การจัดการจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในระดับอุดมศึกษายังขาดระบบที่ชัดเจนและครอบคลุม โดยเฉพาะการจัดทำแนวทางหรือข้อกำหนดที่สามารถกำกับการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในบริบทของการเรียนการสอนและการวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม เช่นเดียวกับ Bond et al. (2024) ที่สังเคราะห์วรรณกรรมเชิงอภิमानและสะท้อนความเสี่ยงทางจริยธรรมจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยระดับอุดมศึกษาที่จำเป็นต้องมีนโยบายจริยธรรมในการกำกับดูแล แม้จะมีการตระหนักถึงความสำคัญของจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ แต่ยังคงพบว่าการมีมุมมองต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์ที่หลากหลายขาดความรู้ด้านการใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างเป็นระบบ และไม่สามารถเชื่อมโยงมาตรฐานจริยธรรมส่วนบุคคลเข้ากับแนวทางขององค์กรได้อย่างชัดเจน ผลการศึกษาของ Dabis and Csáki (2024) ชี้ให้เห็นความท้าทายของปัญญาประดิษฐ์ที่มีต่อระบบการศึกษาในระดับอุดมศึกษาอันนำไปสู่ความจำเป็นที่ต้องมีนโยบายการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของสถาบันอุดมศึกษามากกว่าการจำกัดการใช้ปัญญาประดิษฐ์ การขาดกรอบการกำกับดูแลเหล่านี้ส่งผลให้ นักวิจัยและสถาบันอุดมศึกษาอาจเผชิญความเสี่ยงในหลายมิติ ได้แก่

- ☐ การละเมิดสิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัย
- ☐ ความไม่ชัดเจนในเรื่องความรับผิดชอบของนักวิจัย
- ☐ การใช้โมเดลปัญญาประดิษฐ์ที่อาจมีอคติและไม่มีความโปร่งใส
- ☐ ความเสี่ยงต่อความน่าเชื่อถือของผลงานวิจัยและภาพลักษณ์ของสถาบัน

Spivakovsky, Omelchuk, Kobets, Valko, and Malchykova (2023) เสนอแนวทางที่ชัดเจนว่า ควรมีการจัดตั้ง "คณะกรรมการจริยธรรมเฉพาะด้านปัญญาประดิษฐ์" ภายในสถาบันอุดมศึกษา โดยคณะกรรมการนี้ควรประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขา เช่น วิทยาการข้อมูล กฎหมาย และจริยธรรม เพื่อให้สามารถ:

- ☐ ประเมินความเสี่ยงของโครงการวิจัยที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างรอบด้าน
- ☐ ให้คำปรึกษาเชิงจริยธรรมกับอาจารย์และนักศึกษา
- ☐ พัฒนาเกณฑ์มาตรฐานจริยธรรมสำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ AI

ผลการศึกษาเน้นให้เห็นว่า หากไม่มีการกำกับดูแลอย่างเป็นระบบ การนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการวิจัยธุรกิจในระดับอุดมศึกษาอาจนำไปสู่ผลกระทบทางลบทั้งในด้านคุณภาพงานวิจัยและความไว้วางใจของสาธารณะ ดังนั้น สถาบันควรเร่งจัดทำแนวทางจริยธรรมที่ “อัปเดต” และ “สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันของเทคโนโลยี” เพื่อให้การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบ ปลอดภัย และส่งเสริมคุณภาพการวิจัยในระยะยาว

อภิปรายผล

การศึกษานี้ได้สังเคราะห์องค์ความรู้จากวรรณกรรมจำนวน 22 ฉบับ เพื่อสำรวจประเด็นจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิจัยระดับอุดมศึกษา โดยเน้นเฉพาะในบริบทของการวิจัย ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นถึงความท้าทายทางจริยธรรมหลัก 3 ประการ ได้แก่ ความโปร่งใส ความลำเอียง และความรับผิดชอบด้านการวิจัย สอดคล้องกับการสังเคราะห์วรรณกรรมของ Memarian and Doleck (2023) ที่ชี้ให้เห็นความท้าทายของปัญญาประดิษฐ์ที่มีต่อระบบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ถึงแม้การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการวิจัยธุรกิจมีศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพและความแม่นยำ แต่การใช้ปัญญาประดิษฐ์ยังคงมีความท้าทายและข้อกังวลทางจริยธรรมที่จำเป็นต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ

ปัญหา "กล่องดำ" ของอัลกอริทึมซึ่งหมายถึงกระบวนการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ที่ซับซ้อนและยากต่อการอธิบายหรือเข้าใจ ขาดความโปร่งใส และลดความสามารถในการทำซ้ำ (Reproducibility) และการตรวจสอบได้ (Verifiability) อันส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของงานวิชาการ สอดคล้องกับ Khosravi et al. (2022) ในขณะเดียวกัน ความลำเอียงของอัลกอริทึมก็สะท้อนถึงอคติในข้อมูลและเพิ่มความไม่เท่าเทียม เนื่องจาก AI เรียนรู้จากชุดข้อมูลขนาดใหญ่ ซึ่งมักเป็นข้อมูลในอดีตแฝงอคติทางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ดังนั้นหากใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยมากเกินไปมีแนวโน้มที่จะสร้างผลการวิจัยที่อคติ และยังขัดแย้งกับหลักจริยธรรมที่เน้นความรับผิดชอบต่อมนุษยชาติในการทำหน้าที่วิจัยเป็นสำคัญ ความท้าทายทั้งสามเรื่องจึงเป็นมิติที่สัมพันธ์กัน

มหาวิทยาลัยจึงเผชิญกับช่องว่างเชิงนโยบายในการกำกับดูแลจริยธรรม จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ของบรรดาบุคลากรและนักศึกษาในการวิจัยเป็นไปอย่างรวดเร็ว แม้จะมีกรอบแนวทางจากองค์กรระหว่างประเทศ เช่น UNESCO (Miao, Holmes, Huang, & Zhang, 2021) ที่กำหนดหลักการทั่วไป อาทิ ความโปร่งใสและความยุติธรรม แต่การวิจัยของ Acosta-Enriquez et al., 2024 ระบุการขาดความยืดหยุ่นในการนำไปปรับใช้ในระดับปฏิบัติการ งานวิจัยนี้เสนอว่า สถาบันอุดมศึกษาควรพัฒนานโยบายจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยที่ปรับใช้ตามบริบทของศาสตร์สาขาวิชาและพื้นที่อย่างเฉพาะเจาะจง และส่งเสริมการบูรณาการองค์ความรู้ด้านจริยธรรมเข้าสู่หลักสูตรการเรียนการสอนด้านการวิจัย

ความรับผิดชอบในหน้าที่การวิจัยจึงเป็นแกนหลักสำคัญของจริยธรรมการวิจัย โดยการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นเพียงเครื่องมือช่วยการวิจัย มหาวิทยาลัยชั้นนำอย่าง สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ (MIT) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด (MIT Information System & Technology, 2025; Adami, 2025; University of Oxford, 2024) เน้นย้ำให้นักวิจัยรับผิดชอบต่อหน้าที่ และผลลัพธ์ ที่จำเป็นต้องตรวจสอบผลการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในทุกขั้นตอน สอดคล้องกับกรณีศึกษาล่าสุดที่ MIT ถอนการเผยแพร่ผลงานวิจัยด้านปัญญาประดิษฐ์ออกจากวารสารในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2024 เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับแหล่งที่มา ความน่าเชื่อถือ หรือความถูกต้องของข้อมูล (Smart, 2025) นโยบายของมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ระบุ การแอปใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยโดยไม่เปิดเผยกระบวนการใช้ ถือเป็นการประพฤติมิชอบทางวิชาการ โดยมอง ปัญญาประดิษฐ์เป็นเพียงเครื่องมือ ไม่ใช่ผู้ประพันธ์ (University of Cambridge, 2025)

คณะกรรมการจรรยาบรรณการตีพิมพ์ (Committee on Publication Ethics, COPE) และสำนักพิมพ์วารสารชั้นนำเริ่มระบุนโยบายให้ปัญญาประดิษฐ์ไม่อาจมีชื่อในฐานะผู้ประพันธ์ได้ เนื่องจากขาดการรับผิดชอบต่อผลงาน แต่การเขียนผลงานวิจัยกำลังเปลี่ยนแปลงจากการเขียนด้วยมนุษย์ไปสู่การร่วมมือกันของการเขียนด้วยมนุษย์และปัญญาประดิษฐ์ (Cooperative Authorship) (Moffatt, & Hall, 2024) ดังนั้น ข้อกำหนดด้านความรับผิดชอบต่อมนุษยชาติในปัจจุบันจึงกลายเป็นประเด็นท้าทายยังไม่ได้ข้อสรุป และเป็นหนึ่งในความท้าทายที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้กำหนดนโยบายการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา หากอ้างอิงกรอบจริยธรรมจากประเด็นความโปร่งใส ความลำเอียง และความรับผิดชอบด้านการวิจัยจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยเห็นควรให้นักวิจัยควรแสดงกระบวนการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการเขียนงานวิจัยอย่างโปร่งใส และรับผิดชอบต่อความถูกต้อง รวมถึงหลีกเลี่ยงอคติด้านข้อมูลโดยดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ด้วยตนเอง และเขียนข้อสรุป เพียงใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการปรับปรุงการเขียนเท่านั้น

มหาวิทยาลัยควรพัฒนานโยบายการส่งเสริมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยอย่างถูกต้องมากกว่าจำกัดการใช้โดยปราศจากแนวทางเชิงปฏิบัติ ความท้าทายในการพัฒนานโยบายจึงไม่ใช่แค่การ "สร้างนโยบาย" แต่เป็นการ "สร้างระบบการกำกับดูแลที่คล่องตัว" (Agile Governance System) ที่สามารถจัดการกับอัตราการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยเร็วช้าแตกต่างกัน ความรู้ในการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยไม่เท่ากัน และศาสตร์สาขาการวิจัยที่แตกต่างหลากหลายภายในสถาบันอุดมศึกษาได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวรรณกรรมและการวิเคราะห์จริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา มีข้อเสนอแนะที่สำคัญดังต่อไปนี้ เพื่อพัฒนาจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการละเมิดจริยธรรมในการวิจัย

1. พัฒนารอบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย สถาบันอุดมศึกษาควรจัดทำกรอบจริยธรรมที่ชัดเจนและครอบคลุมเกี่ยวกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา กรอบจริยธรรมนี้ควรมีแนวคิด 3 ประการที่สำคัญจากการทบทวนวรรณกรรม ดังต่อไปนี้

1.1 ส่งเสริมความโปร่งใสในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย (Transparency) กระบวนการพัฒนาและใช้งานปัญญาประดิษฐ์ควรเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่มาของชุดข้อมูลและวิธีการตัดสินใจของอัลกอริทึม เพื่อให้นักวิจัยสามารถตรวจสอบและเข้าใจการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างชัดเจน

1.2 สนับสนุนการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยอย่างเป็นธรรม (Fairness) ผู้วิจัยหลีกเลี่ยงการใช้ข้อมูลที่มีความลำเอียงและตรวจสอบอคติที่เกิดจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย เพื่อป้องกันไม่ให้อัลกอริทึมสะท้อนความลำเอียงที่อาจมีอยู่ในข้อมูล รวมถึงปกป้องข้อมูลการวิจัยมิให้รั่วไหล เพื่อเคารพความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลทั้งระดับบุคคลและสถาบันที่เกี่ยวข้อง

1.3 มุ่งเน้นการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยด้วยความรับผิดชอบ (Accountability) ผู้วิจัยจำเป็นต้องรับผิดชอบในการกำหนดขอบเขตการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และตรวจสอบความผิดพลาดจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในทุกขั้นตอน รวมถึงรับผิดชอบต่อภาระหน้าที่การวิจัยด้วยตนเองตามจริยธรรมการวิจัย

2. จัดตั้งคณะกรรมการจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในระดับสถาบัน สถาบันอุดมศึกษาควรส่งเสริมการจัดตั้งคณะกรรมการจริยธรรมในการกำกับดูแลและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานวิจัย โดยเป็นคณะกรรมการจริยธรรมเฉพาะทางที่มีความเชี่ยวชาญในการกำกับดูแลการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย โดยคณะกรรมการนี้ควรประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญจากหลายสาขา เช่น วิทยาศาสตร์ข้อมูล กฎหมาย และจริยธรรม เพื่อทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- กำหนดจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย และแนวทางการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย เพื่อป้องกันและจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างรอบด้าน

- กำหนดแนวทางการคุ้มครองข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยและการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์อย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้ปัญญาประดิษฐ์

3. พัฒนาหลักสูตรและการอบรมเกี่ยวกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ สถาบันอุดมศึกษาควรมีการบรรจุหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษาในการวิจัย รวมถึงจัดอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับคณาจารย์และนักวิจัย (Nikolic et al, 2024) เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย นอกจากนี้ ควรมีการจัดสัมมนาและการประชุมเชิงวิชาการเกี่ยวกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ

4. สนับสนุนการวิจัยเกี่ยวกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์อย่างต่อเนื่อง สถาบันอุดมศึกษาควรสนับสนุนการวิจัยและการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางความรู้และพัฒนานโยบายที่เหมาะสมกับบริบทของสถาบันอันได้แก่

- การพัฒนาและทดสอบกรอบจริยธรรมที่สามารถนำไปใช้งานได้จริงในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้มั่นใจว่าการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบและโปร่งใส

- ศึกษาผลกระทบระยะยาวของปัญญาประดิษฐ์ต่อกระบวนการวิจัยในระดับอุดมศึกษา เพื่อให้สามารถปรับปรุงแนวทางปฏิบัติให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

- พัฒนาเครื่องมือและระบบที่ช่วยตรวจสอบความโปร่งใสและความลำเอียงของอัลกอริทึมปัญญาประดิษฐ์โดยเครื่องมือเหล่านี้จะช่วยให้นักวิจัยสามารถตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานของปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบัน สถาบันอุดมศึกษาควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรและมหาวิทยาลัยอื่นๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสามารถปรับตัวกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อให้การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยของสถาบันอุดมศึกษาเป็นไปอย่างมีจริยธรรมและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยการพัฒนากฎกรอบจริยธรรมและการกำกับดูแลที่เหมาะสม รวมถึงลดความเสี่ยงและสร้างจริยธรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิจัยได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- Acosta Enriquez, B. G., Ramos Farroñán, E. V., Villena Zapata, L., Mogollón García, F. S., Rabanal-León, H. C., Morales Angaspilco, J. E., & Saldaña Bocanegra, J. C. (2024). Acceptance of Artificial Intelligence in University Contexts A Conceptual Analysis Based on UTAUT2 Theory. *Heliyon*, 10(19), 1-13.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38315>
- Acosta-Enriquez, B. G., Arbulú Ballesteros, M. A., Arbulu Perez Vargas, C. G., Orellana Ulloa, M. N., Gutiérrez Ulloa, C. R., Pizarro Romero, J. M., ... & López Roca, C. (2024). Knowledge, Attitudes, and Perceived Ethics Regarding the Use of ChatGPT among Generation Z University Students. *International Journal for Educational Integrity*, 20(1), 123.
- Ad Hoc Expert Group (AHEG). (2020). *Outcome Document First Draft of the Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence*. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark/48223/pf0000373434>
- Adami, C. (2025, 9 January). Report Outlines Stanford Principles for Use of AI. *StanfordReport*. Retrieved from <https://news.stanford.edu/stories/2025/01/report-outlines-stanford-principles-for-use-of-ai>
- Bond, M., Khosravi, H., De Laat, M., Bergdahl, N., Negrea, V., Oxley, E., Pham, P., Chong, S.W., & Siemens, G. (2024). A Meta Systematic Review of Artificial Intelligence in Higher Education A Call for Increased Ethics, Collaboration, and Rigour. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1), 4.
<https://doi.org/10.1186/s41239-023-00436-z>
- Bouhouita-Guermech, S., Gogognon, P., & Bélisle-Pipon, J. C. (2023). Specific Challenges Posed by Artificial Intelligence in Research Ethics. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 6, 1-17.
<https://doi.org/10.3389/frai.2023.1149082>
- Butson, R., & Spronken-Smith, R. (2024). AI and Its Implications for Research in Higher Education a Critical Dialogue. *Higher Education Research & Development*, 43(3), 563-577.
- Dabis, A., & Csáki, C. (2024). AI and Ethics Investigating the First Policy Responses of Higher Education Institutions to the Challenge of Generative AI. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-13.

- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.
- Espinoza Vidaurre, S. M., Velásquez Rodríguez, N. C., Gambetta Quelopana, R. L., Martinez Valdivia, A. N., Leo Rossi, E. A., & Nolasco-Mamani, M. A. (2024). Perceptions of Artificial Intelligence and Its Impact on Academic Integrity Among University Students in Peru and Chile: An Approach to Sustainable Education. *Sustainability*, 16(20), 9005. <https://doi.org/10.3390/su16209005>
- European Commission. (2019). *Ethics Guidelines for Trustworthy AI*. Retrieved from <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai>
- Ivanov, S. (2023). The Dark Side of Artificial Intelligence in Higher Education. *Service Industries Journal*, 43, 1055–1082. <https://doi.org/10.1080/02642069.2023.2258799>
- Kamali, J., Alpat, M. F., & Bozkurt, A. (2024). AI Ethics as a Complex and Multifaceted Challenge Decoding Educators' AI Ethics Alignment through the Lens of Activity Theory. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1), 1-20.
- Khosravi, H., Shum, S. B., Chen, G., Conati, C., Tsai, Y. S., Kay, J., Knight, S., Martinez-Maldonado, R., Sadiq, S. & Gašević, D. (2022). Explainable Artificial Intelligence in Education. *Computers and Education Artificial Intelligence*, 3, 1-22.
- Li, Z. (2024). Ethical Frontiers in Artificial Intelligence Navigating the Complexities of Bias, Privacy, and Accountability. *International Journal of Engineering and Management Research*, 14(3), 109-116
- Memarian, B., & Doleck, T. (2023). Fairness, Accountability, Transparency, and Ethics (FATE) in Artificial Intelligence (AI) and Higher Education A Systematic Review. *Computers and Education Artificial Intelligence*, 5, 1-12.
- Miao, F., Holmes, W., Huang, R., & Zhang, H. (2021). *AI and Education A Guidance for Policymakers*. Unesco Publishing.
- MIT Information System & Technology. (2025). *Guidance for use of Generative AI Tools*. Retrieved from <https://ist.mit.edu/ai-guidance>
- Moffatt, B., & Hall, A. (2024). Is AI My Co-Author? The Ethics of Using Artificial Intelligence in Scientific Publishing. *Accountability in Research*, 1-17.
- Nam, B. H., & Bai, Q. (2023). ChatGPT and Its Ethical Implications for STEM Research and Higher Education a Media Discourse Analysis. *International Journal of STEM Education*, 10(1), 1-24.
- Nguyen, A., Ngo, H. N., Hong, Y., Dang, B., & Nguyen, B. P. T. (2023). Ethical Principles for Artificial Intelligence in Education. *Education and Information Technologies*, 28(4), 4221-4241.
- Nikolic, S., Wentworth, I., Sheridan, L., Moss, S., Duursma, E., Jones, R. A., Ros, M., & Middleton, R. (2024). A Systematic Literature Review of Attitudes, Intentions and Behaviours of Teaching Academics Pertaining to AI and Generative AI (GenAI) in Higher Education: An Analysis of GenAI Adoption Using the UTAUT Framework. *Australasian Journal of Educational Technology*, 40(6), 56–75. <https://doi.org/10.14742/ajet.9643>
- RAI, A. (2020). Explainable AI From Black Box to Glass Box. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 137-141. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00710-5>

- Sargiotis, D. (2024). Ethical AI in Information Technology Navigating Bias, Privacy, Transparency, and Accountability. *Adv Mach Lear Art Inte*, 5(3), 01-14. <https://doi.org/10.33140/AMLAI.05.03.03>
- Smart, J. (2025, 17 May). MIT Withdraws Backing for AI Study Amid Data Integrity Concerns, Highlighting Research Rigor Challenges in AI. *WebProNews*. Retrieved from <https://www.webpronews.com/mit-withdraws-backing-for-ai-study-amid-data-integrity-concerns-highlighting-research-rigor-challenges-in-ai/>
- Spivakovsky, O. V., Omelchuk, S. A., Kobets, V. V., Valko, N. V., & Malchykova, D. S. (2023). Institutional Policies on Artificial Intelligence in University Learning, Teaching and Research. *Information Technologies and Learning Tools*, 97(5), 181.
- UNESCO. (2019). *Beijing Consensus on Artificial Intelligence and Education*. Retrieved from <https://www.oecd-events.org/smart-data-and-digital-technology-in-education/session/95cc7213-3bfd-ec11-b47a-a04a5e7cf9da/beijing-consensus-on-artificial-intelligence-and-education>
- University of Cambridge. (2025). *Generative AI and Assessment*. Retrieved from <https://blendedlearning.cam.ac.uk/artificial-intelligence-and-education/generative-ai-and-assessment>
- University of Oxford. (2024). New Ethical Framework to Help Navigate Use of AI in Academic Research. Retrieved from <https://www.ox.ac.uk/news/2024-11-13-new-ethical-framework-help-navigate-use-ai-academic-research>
- Vetter, M. A., Lucia, B., Jiang, J., & Othman, M. (2024). Towards a Framework for Local Interrogation of AI Ethics A Case Study on Text Generators, Academic Integrity, and Composing with ChatGPT. *Computers and Composition*, 71, 102831.
- Vlaeminck, E. (2023). Malicious Use of Artificial Intelligence and the Threats to Corporate Reputation in International Business. In Pashentsev, E. (eds). *The Palgrave Handbook of Malicious Use of AI and Psychological Security* (pp. 273-293). Cham Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-22552-9_11
- Zhang, C., & Lu, Y. (2021). Study on Artificial Intelligence The State of the Art and Future Prospects. *Journal of Industrial Information Integration*, 23, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2021.100224>

Received: 20-12-2024

Revised: 15-03-2025

Accepted: 06-05-2025

แนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทัศนะ เพื่อส่งเสริมการถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา

Guideline of Development of Art History Teaching Innovation with Visual Tools to Enhance Knowledge Transfer of Art Education Students

พรเพ็ญ คงหน่วย^{*.1}

Phonphen Khongnuai

aumphonphen1140@gmail.com

อินทิรา พรหมพันธุ์²

Intira Prompan

intira.p@chula.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนการสอนในวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ โดยใช้เครื่องมือทางทัศนะเพื่อส่งเสริมกระบวนการถ่ายโยงความรู้ในกลุ่มนักศึกษาสาขาศิลปศึกษา เนื่องจากสาขาวิชาศิลปศึกษาเป็นศาสตร์ที่ผสมองค์ความรู้ด้านศิลป์และวิทยาการ ซึ่งต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในด้านกระบวนการเรียนรู้ เทคนิค วัสดุ และอุปกรณ์ เพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนการสอน ศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตก, ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสอน โดยใช้เครื่องมือ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตก, แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสอน, ศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) นักศึกษาศิลปศึกษา โดยใช้เครื่องมือ การศึกษาความต้องการต่อรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษา และศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนานวัตกรรม

บทความนี้นำเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางทัศนะ เช่น การสอนแบบเรียงลำดับเหตุการณ์ (Timelines), สัญลักษณ์ (Semiotics), แผนที่เชิงภาพ (Visual map), แผนที่ความคิด (Mind mapping), วิดีโอ (Video), อินโฟกราฟิก (Infographic) ในการสอน เพื่อสนับสนุนการถ่ายโยงความรู้จากผู้สอนสู่ผู้เรียน การใช้ภาพสัญลักษณ์แทนข้อความหรือภาษา ช่วยลดอุปสรรคในการรับรู้และแปลความหมาย โดยเฉพาะในผู้เรียนที่มีปัญหาการทำความเข้าใจเนื้อหาในรูปแบบข้อความ การเรียนรู้ด้วยเครื่องมือทางทัศนะเป็นการพัฒนาทักษะการมองเห็น สามารถยกระดับผ่านกระบวนการผสมผสานประสบการณ์จากประสาทสัมผัสอื่นๆ ทั้งยังช่วยให้เกิดการสื่อสาร

* Corresponding Author

¹ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Graduate Student, Faculty of Education, Chulalongkorn University

² คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Education, Chulalongkorn University

ข้อมูลและแนวคิดอย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือเหล่านี้ช่วยพัฒนาความสามารถในการเข้าใจข้อมูลซับซ้อนและเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้ ส่งผลให้การถ่ายโยงความรู้ระหว่างผู้สอนและผู้เรียนมีความเป็นระบบและลุ่มลึกมากขึ้น อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: นวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์, เครื่องมือทางทัศน์, การถ่ายโยงความรู้

Abstract

This article aims to study the development of innovative art history teaching guidelines, using visual tools to enhance knowledge transfer among art education students. Art education is an interdisciplinary field that integrates knowledge from both the arts and sciences. As such, continuous development is required to adapt to global changes in learning processes, techniques, materials, and tools in order to enhance the quality of teaching and learning. The study employs in-depth interviews with key informants, including experts in Western art history instruction and innovative teaching methodologies, using expert interview forms. In addition, the questionnaires are administered to art education students to assess their needs in instructional formats. The research also involves a review of relevant documents and research to analyze and develop innovative guidelines.

This study proposes the implementation of visual tools such as mind maps, timelines, semiotics, visual map, Mind mapping, videos, and infographics, in teaching to enhance effective knowledge transfer from educators to learners. By using visual symbols as substitutes for text or language, these tools help overcome challenges in perception and interpretation, especially for students who struggle with text-based content. Learning through visual tools is the development of visual skills, which can be further enhanced by integrating experiences with other sensory inputs. These tools also support the effective communication of information and concepts, aiding students in understanding complex data and building their learning competencies. Ultimately, the use of visual tools promotes systematic and profound knowledge transfer between teachers and students, which serves as an essential foundation for enhancing the quality of education in this era.

Keywords: Art History Teaching Innovation, Visual Tools, Knowledge transfer

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ มีความรู้ลึกในศาสตร์แห่งวิชาชีพครู จัดการเรียนรู้ และประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถประยุกต์ใช้บริบทของการจัดการศึกษาได้อย่างเหมาะสม (Faculty of Education, Chulalongkorn University, 2021) สาขาวิชาศิลปศึกษา เป็นศาสตร์และศิลป์ที่ต้องพัฒนาให้ทันกระแสโลกในด้านกระบวนการ กลวิธี วัสดุ อุปกรณ์ การออกแบบ เทคโนโลยี ฯลฯ เพื่อให้การผลิตเกิดเป็นผลงานทางศิลปศึกษาที่มีคุณภาพและทันสมัย ด้วยเหตุนี้ สาขาวิชาครูจึงจำเป็นต้องพัฒนาองค์ความรู้ความเข้าใจและทักษะความชำนาญในการออกแบบอย่างต่อเนื่อง (Faculty of Humanities and Social Sciences, 2022) แกนของหลักของการศึกษาศิลปศึกษา วิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ เป็น 1 ใน 4 ของกระบวนการศิลปศึกษาแบบมีหลักเกณฑ์เป็นพื้นฐาน (DBAE) ประวัติศาสตร์ศิลปะเป็นรายวิชาพื้นฐานในหลักสูตรระดับปริญญาตรี ในขณะที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ เนื้อหาของวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะเชื่อมโยง สัมพันธ์กับความรู้ในด้านอื่นในวงกว้าง เช่น สังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ฯลฯ (Zhang, 2020)

การจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาศิลปศึกษาในปัจจุบัน จะมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้แสดงออกและส่งเสริม การพัฒนาการของนักเรียนทุกด้าน การส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจ และนำไปถ่ายทอดให้แก่ผู้เรียนต่อไป จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งกระบวนการที่ทำให้นักศึกษาศิลปศึกษาเกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การถ่ายทอดความรู้สู่ผู้เรียน

การส่งต่อข้อความหรือสารด้วยการใช้ภาพ เป็นรูปแบบหนึ่งในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างรวดเร็ว และตรงตามเจตนาของผู้ส่งสาร การพัฒนาความสามารถในการเข้าใจ และการใช้ภาพ จึงเรียกว่า การเรียนรู้เชิงทัศน์ (Wetchcho, & Na Songkla, 2020) การนำเอาแนวคิดการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลปะด้วยเครื่องมือทางทัศน์ เป็นชุดของความสามารถด้านการมองเห็น ซึ่งสามารถพัฒนาได้โดยการใช้ประสบการณ์ร่วมกับประสาทสัมผัสอื่นๆ ที่สามารถช่วยสื่อสาร

ข้อมูล ความคิด หรือคำแนะนำได้ การจัดกระบวนการเรียนการสอนที่ใช้เครื่องมือทางทัศนศึกษาเข้ามาช่วยเชื่อมโยงเหตุผลและอารมณ์ สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ลึกซึ้งในสาขาประวัติศาสตร์ศิลป์ และช่วยพัฒนาความรู้ด้านประวัติศาสตร์ศิลป์ให้ผู้เรียนได้ (Martikainen, 2017) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการรับรู้ ความสนใจ และความจำที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กระบวนการคิดเป็นภาพ การเรียนรู้ด้วยภาพ และการสื่อสารด้วยภาพนั้นมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงในกระบวนการรับและส่งสาร กระบวนการคิดเป็นภาพทำให้สามารถแปลสัญลักษณ์ภาพ เป็นสัญลักษณ์ข้อความ ด้วยเครื่องมือทางทัศนศึกษา (Wetchcho, & Na Songkla, 2020) ในขณะเดียวกันการที่ผู้เรียนจะสามารถนำความรู้ไปใช้ได้หรือเกิดการถ่ายโยงความรู้ ต้องสร้างให้ผู้เรียนเข้าใจในองค์ความรู้ที่จะใช้อย่างลึกซึ้งก่อน และเพิ่มความเข้าใจในโครงสร้างเดิมที่มีอยู่ ซึ่งผู้เรียนจะต้องเห็นความสัมพันธ์ของข้อมูลแต่ละส่วนจนเกิดเป็นโครงสร้างเครือข่ายข้อมูลที่ซับซ้อน (Shuell, 1990) เพื่อเกิดเป็นการเชื่อมโยงที่มีประสิทธิภาพ และช่วยในการถ่ายโยงความรู้จากผู้สอนสู่ผู้เรียน

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทัศนศึกษา เพื่อส่งเสริมการถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา โดยมีหลักการคือ 1) การใช้เครื่องมือทางทัศนศึกษา (Visual Tools) ซึ่งหมายถึงสัญลักษณ์ที่ไม่ใช่ภาษาศาสตร์ เพื่อสร้างรูปแบบของการสื่อสารความคิดที่หลากหลายผ่านการถ่ายภาพ การเชื่อมโยงมิติสัมพันธ์ และคำพูด 2) การถ่ายโยงความรู้ (Knowledge transfer) การถ่ายโยงการเรียนรู้ในวิชาชีพครู การที่สามารถนำความรู้เนื้อหาศิลปะไปใช้ในการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ และดำเนินการสอนตามแผนที่วางไว้ (Janhom, 2016)

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาแนวทางการสร้างนวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตกด้วยเครื่องมือทางทัศนศึกษา เพื่อส่งเสริมการถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทัศนศึกษา เพื่อส่งเสริมการถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เน้นการศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนการสอนวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์

ศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทาง ได้แก่ นักศึกษาศิลปศึกษา, รูปแบบการจัดการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ศิลป์, นวัตกรรมการศึกษา, การถ่ายโยงความรู้ สังเคราะห์ออกมาเป็นกรอบแนวคิด และแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทัศนศึกษา เพื่อส่งเสริมการถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา

ศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตก, ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสอน โดยใช้เครื่องมือ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตก, แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสอน

ศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) นักศึกษาศิลปศึกษา โดยใช้เครื่องมือ การศึกษาความต้องการต่อรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษา

เกณฑ์การคัดเลือกผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตกในระดับอุดมศึกษาที่มีประสบการณ์สอนไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 3 ท่าน
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสอนจำนวน 3 ท่าน
3. นักศึกษาศิลปศึกษา ปริญญาตรีที่ลงเรียนวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์จำนวน 20 คน

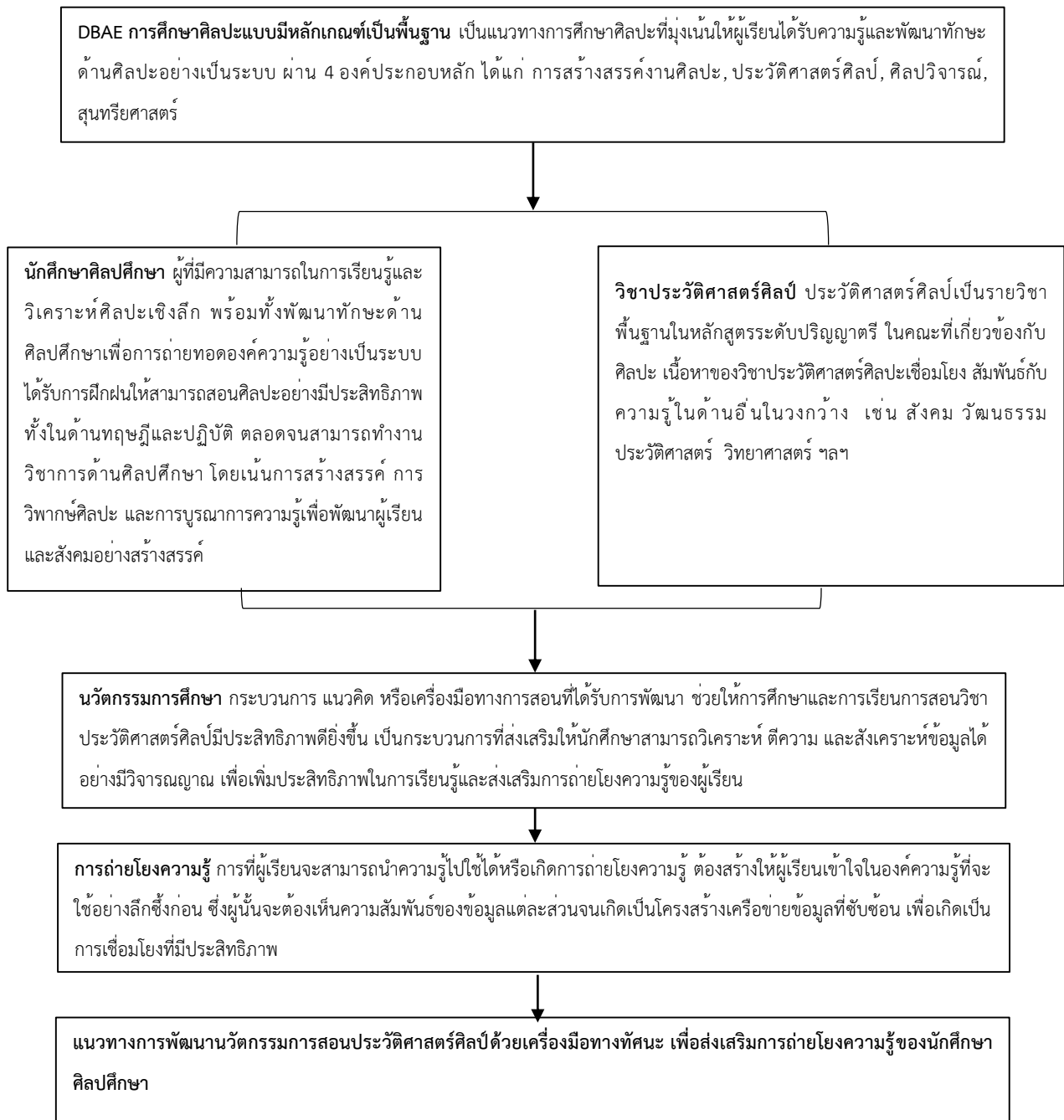
การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการดำเนินการมาวิเคราะห์ในเชิงโดยการสรุปบรรยายความเรียง โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารปฐมภูมิ (Primary source) วิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลจากการศึกษาเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิทยานิพนธ์ระดับดุขุภัก์บัณฑิตและมหาบัณฑิตโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับ กระบวนการสอนที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ ด้วยเครื่องมือทางทักษะและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการเรียนรู้เชิงทักษะ รูปแบบการจัดการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ศิลป์ เครื่องมือและวิธีการ ประเมินในศิลปศึกษา เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวนี้มาสรุปวิเคราะห์และสังเคราะห์สู่การพัฒนานวัตกรรม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 2 ด้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตก ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสอน ทั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วนำเสนอสรุป บรรยายความเรียง

3.การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามการศึกษาความต้องการต่อรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษา การนำเสนอ สรุปบรรยายความเรียง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รูปแบบการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ การพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์สามารถสรุปได้ดังนี้

การศึกษารูปแบบการจัดการเรียนการสอนในวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์สำหรับนักศึกษาสาขาศิลปศึกษา พบว่า ความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลายและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน เป็นหัวใจสำคัญที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาในยุคปัจจุบัน

ตารางที่ 1 ตารางวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบการสอนศิลปะตะวันตกในปัจจุบัน

ชื่อบทความ/ผู้วิจัย/ปีที่พิมพ์	เป้าหมายและการพัฒนา	รูปแบบและวิธีการสอน	การอภิปรายผล
1. การออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ประวัติศาสตร์สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี (Rakmai, 2016)	เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาการเรียนการสอนวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ของนักศึกษาและเพื่อค้นหาแนวทางการจัดการเรียนการสอนในวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ของนักศึกษา	รูปแบบเสริมการเรียนรู้ (Learning Media) และวิธีการสอนแบบบรรยาย (Lecture Based Learning) โดยผู้วิจัยดำเนินการออกแบบแอปพลิเคชันโดยการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือหน้าจอหลัก และหน้าจอเนื้อหา	แอปพลิเคชันประวัติศาสตร์ศิลปะ 1 มีส่วนช่วยให้นักศึกษาได้ทบทวนและทำความเข้าใจในเนื้อหาบทเรียน เป็นเครื่องมือที่สามารถนำความรู้จากผู้สอนไปสู่ผู้เรียนได้ และพบว่านักศึกษาต้องการใช้แอปพลิเคชันโดยไม่ต้องเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต
2. การพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้สำหรับวิชาด้านประวัติศาสตร์ศิลปะและการออกแบบ ในหลักสูตรสองภาษามหาวิทยาลัยบูรพา โดยใช้แนวทางแบบบูรณาการเนื้อหาและภาษา (Kunphunsup, 2022)	เพื่อศึกษาแนวทางและทักษะการเรียนรู้เนื้อหาในรายวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ และประวัติศาสตร์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงแนวทางเพื่อการพัฒนาการสอนที่ดียิ่งขึ้น	ใช้แนวทางการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการเนื้อหาและภาษา (CLIL)	การเรียนรู้ด้วยแนวทาง CLIL หรือการเรียนรู้ด้วยภาษาไทย มีระดับผลสัมฤทธิ์ในการเรียนที่ใกล้เคียงกัน แต่นิสิตกลุ่มทดลองมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดดังนั้นการเรียนรู้ด้วยแนวทาง แบบ CLIL จึงมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้สอนในหลักสูตรสองภาษาเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนจะเข้าสู่การเรียนรู้แบบEMI ในระดับสูงขึ้นไปเพื่อกระตุ้นความสนใจผู้เรียน
3. การพัฒนาการสอนด้วยการใช้แผนผังกราฟิกเพื่อสร้างความเข้าใจและความคงทนในการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ศิลป์สำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี. (Wararugsajja & Pichayapaiboon, 2021)	เพื่อพัฒนาการสอนวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะโดยใช้ผังกราฟิก ที่สามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความคงทนและเข้าใจในการเรียนรู้	ใช้ผังกราฟิกในการจัดการเรียนการสอนแก่ผู้เรียน และมีการสอนแบบบรรยายประกอบการสอนด้วยผังกราฟิก	หลังจากใช้ผังกราฟิกในการสอนวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ไปแล้วสองสัปดาห์ ผู้เรียนเกิดความคงทนและความเข้าใจในการเรียนรู้ที่สูงขึ้น ช่วยให้ลำดับเหตุการณ์ต่างๆ สรุบบันทึกได้ง่ายขึ้น มีการจดจำกับสื่อ ตั้งคำถาม และตอบคำถามได้ในระดับที่ดีขึ้น

ชื่อบทความ/ผู้วิจัย/ปีที่พิมพ์	เป้าหมายและการพัฒนา	รูปแบบและวิธีการสอน	การอภิปรายผล
4. “Opening” Art History: Exploring the Motivations and Practices of Faculty using Open Educational Resources in Lower-Level and General Education Art History Courses. (Chtena, 2021)	เพื่อการสำรวจเชิงลึกและแนวทางปฏิบัติในการเรียนแบบ OER (Open educational resources) และนำมาต่อยอดในเป้าหมายเพื่อการเรียนการสอน	เป็นรูปแบบการจัดการศึกษาแบบเปิด สอนให้ผู้เรียนได้ศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง จากหลายๆ แหล่งความรู้ โดยมีคำแนะนำจากผู้สอนประกอบไปด้วย	การจัดการเรียนรู้ในรูปแบบ OER ให้ประสบผลสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง รวมถึงค่านิยมและแนวปฏิบัติ และพบว่าครูส่วนใหญ่เลือกใช้การสอนที่เปิดกว้างเพื่อที่จะขยายแหล่งข้อมูลความรู้และนักศึกษาสามารถศึกษาจากแหล่งความรู้ที่หลากหลาย และประสิทธิภาพในการเรียนรู้ที่ดียิ่งขึ้น
5. Research on the Development Trend of Western Art History Based on Big Data Technology (Zhang, 2020)	เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบการวิจัยการสอนสำหรับการเรียนวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์	นำเสนอวิธีบูรณาการเทคโนโลยีข้อมูลกับงานวิจัยที่เป็นแนวโน้มกับการพัฒนาประวัติศาสตร์ศิลป์	การกำหนดรูปแบบวิจัยสมัยใหม่ที่รับแนวโน้มการพัฒนาประวัติศาสตร์ของศิลปะตะวันตกจากการวิจัยพบว่าบางอย่างที่นำเสนอในบทความนี้มี ความสำคัญเชิงปฏิบัติที่สำคัญในการพัฒนาด้วยเทคโนโลยี
6. Decolonize this art history: Imagining a decolonial art history programme at Kalamazoo College. (Butler, & Hahn 2021)	เพื่อศึกษาการพัฒนาหลักสูตรการสอนเพื่อนำมาประเมิน พัฒนา และประยุกต์ใช้สำหรับการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์	การสอนงานทัศนศิลป์จากทฤษฎี การวิจารณ์ และใช้การวิเคราะห์จากความสำเร็จสร้างสรรค์ มีการให้ผู้เรียนแสดงออกในการเรียนเพื่อ ทบทวนเป็นรายบุคคลและร่วมกัน และผู้เรียนสามารถร่วมกันอภิปรายเพื่อให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น	กระบวนการในการพัฒนาหลักสูตร ได้รวบรวมแนวทางใหม่ๆ กับแนวทางที่เคยมีมาเข้าด้วยกัน โดยสรุปผลจากผู้สอนและผู้เรียนเข้าด้วยกัน พบว่ากระบวนการที่ได้ให้ผู้เรียนสะท้อนความรู้และแนวคิดที่ได้เรียนมา และผลจากการอภิปรายร่วมกัน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรต่อไป

ชื่อบทความ/ผู้วิจัย/ปีที่พิมพ์	เป้าหมายและการพัฒนา	รูปแบบและวิธีการสอน	การอภิปรายผล
7. Scaffolding the Formal Analysis Assignment in Art History Courses to Promote Learning. (Kutis, 2020)	เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้แบบควบคุมตนเองโดยใช้หลักการมอบหมายงาน โดยการใช้ระบบการจัดการเรียนรู้แบบ (LMS) Canvas	เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้ด้วย Canvas ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ในระบบออนไลน์ และผู้สอนสามารถสอนในระบบออนไลน์มีการมอบหมายงานในขนาดที่เล็กลงเพื่อให้ทันการเรียนรู้และนำไปต่อยอด	นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์กับผู้สอนและการเรียนมากขึ้น และเกิดทักษะการคิดวิเคราะห์ และส่งเสริมการเรียนรู้แก่ผู้เรียน การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น

แนวทางการจัดการเรียนการสอนวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ที่เหมาะสมกับนักศึกษาในยุคปัจจุบัน ควรเป็นการผสมผสานระหว่างรูปแบบการบรรยาย การปฏิบัติจริง และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การมีส่วนร่วมของผู้เรียน และการเชื่อมโยงเนื้อหากับประสบการณ์ชีวิตจริง การจัดการเรียนการสอนที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนเช่นนี้ จะช่วยสร้างความสนใจและส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีคุณภาพในระยะยาว

การศึกษาความต้องการต่อรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาศิลปศึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์พบว่า

นักศึกษามีความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลาย โดยเฉพาะรูปแบบที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติจริง เช่น การสาธิต การทดลอง การใช้เกม และการจำลองสถานการณ์ ซึ่งได้รับการประเมินในระดับคุณภาพ ดีมาก รูปแบบเหล่านี้ช่วยให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ที่สนุกสนาน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ในขณะเดียวกัน รูปแบบอื่นๆ ที่ได้รับการประเมินในระดับดีและปานกลางก็ยังมีบทบาทสำคัญในการจัดการเรียนการสอน แต่ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงให้เหมาะสมกับบริบทการเรียนรู้ในปัจจุบัน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในศตวรรษที่ 21

1. ผลสรุปจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตก ได้ข้อสรุปสำคัญเกี่ยวกับแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาในยุคปัจจุบัน ดังนี้

1.1 แนวทางการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบัน แม้การจัดการเรียนการสอนในวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์จะยังคงเน้นการบรรยายเป็นหลัก แต่ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าการบรรยายควรมีการปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียนในปัจจุบัน โดยเนื้อหาควรมีความกระชับ สอดแทรกข้อมูลที่น่าสนใจ และเพิ่มเติมเกร็ดความรู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกระตุ้นความสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้เรียนให้มากขึ้น

1.2 การใช้สื่อและเทคนิคประกอบการบรรยาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้และสร้างความสนุกสนานในบทเรียน รูปแบบการบรรยายควรมีการนำสื่อภาพและวิดีโอมาใช้เป็นส่วนประกอบ โดยเฉพาะการใช้วิดีโอที่น่าสนใจเพื่อเกริ่นนำในช่วงต้นบทเรียน ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เรียน อีกทั้งการใช้เครื่องมือเช่น Timeline ช่วยอธิบายเนื้อหาในรูปแบบที่เห็นภาพชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้น

1.3 ความสำคัญของประวัติศาสตร์ศิลป์ในแต่ละยุคสมัย ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านมีความเห็นตรงกันว่าประวัติศาสตร์ศิลป์ในทุกยุคสมัยล้วนมีความสำคัญ เนื่องจากสะท้อนถึงพัฒนาการทางวัฒนธรรมและความคิดของมนุษย์ในช่วงเวลาต่างๆ หากต้องเลือกยุคที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาเชิงลึกและเชื่อมโยงกับยุคก่อนและหลัง ยุคเรเนซองส์ เป็นยุคที่น่าสนใจที่สุด เนื่องจากมีความซับซ้อนทั้งในด้านความคิดและพัฒนาการทางศิลปะ อีกทั้งยังเป็นยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงสำคัญซึ่งส่งผลต่อยุคสมัยถัดมา

1.4 การใช้สื่อที่เชื่อมโยงกับความสนใจของผู้เรียน ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านได้นำเสนอเทคนิคการสอนที่แตกต่างกัน โดยการนำสื่อที่ใกล้ตัวและเกี่ยวข้องกับนักศึกษา เช่น ภาพยนตร์ สื่อวิดีโอ โซเชียลมีเดีย และสื่อกราฟิกต่างๆ มาใช้เป็นส่วนประกอบในบทเรียน การใช้สื่อเหล่านี้ช่วยให้บรรยากาศในชั้นเรียนมีความสนุกสนาน และช่วยสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

1.5 การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียน การให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้มีความสำคัญอย่างยิ่ง การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่เปิดกว้าง เช่น การตั้งคำถาม-ตอบอย่างเป็นกันเอง การส่งเสริมให้นักศึกษาซักถามเพิ่มเติมในประเด็นที่สงสัย รวมถึงการอภิปรายถกเถียงแนวคิดหรืออิทธิพลที่นำไปสู่การสร้างงานศิลปะ ล้วนเป็นวิธีการที่ช่วยให้บรรยากาศในชั้นเรียนผ่อนคลายและสร้างการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่

1.6 การสอดแทรกเกร็ดความรู้ในบทเรียน การเล่าเกร็ดความรู้หรือเรื่องราวเบื้องหลังที่เกี่ยวข้องกับศิลปะในแต่ละยุคสมัย ซึ่งช่วยกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและเพิ่มความเข้าใจในเนื้อหาให้กับนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการสัมภาษณ์ดังกล่าว แนวทางการสอนประวัติศาสตร์ศิลปะตะวันตกที่เหมาะสมกับนักศึกษาในปัจจุบัน ควรเป็นรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างการบรรยาย การใช้สื่อที่หลากหลาย และการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียนอย่างต่อเนื่อง การสอนควรเน้นไปที่การพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และการเชื่อมโยงข้อมูลในเชิงประวัติศาสตร์กับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และศิลปะในยุคต่างๆ ซึ่งจะช่วยสร้างการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งและส่งเสริมความเข้าใจของนักศึกษา

2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสอน

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการจัดการเรียนการสอน พบว่าแนวคิดสำคัญที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนการสอนที่เหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในยุคปัจจุบัน คือการออกแบบและประยุกต์ใช้รูปแบบการเรียนรู้ที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย และทันสมัย ทั้งนี้ควรลดความซับซ้อนของการนำเสนอเนื้อหาทางวิชาการในรูปแบบเดิม และมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมทักษะและการปฏิบัติจริงของผู้เรียน

แนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอน

2.1 ปรับเนื้อหาให้กระชับและเข้าใจง่าย การนำเสนอเนื้อหาควรมีลักษณะกระชับ ชัดเจน และง่ายต่อการทำความเข้าใจ เพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถในการรับรู้ของผู้เรียนในยุคที่การรับข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว นวัตกรรมการสอนควรปรับเปลี่ยนจากการเน้นเนื้อหาทฤษฎีที่ซับซ้อน มาเป็นการสรุปประเด็นที่สำคัญ และจัดวางเนื้อหาให้มีความน่าสนใจ เช่น การใช้แผนภาพ อินโฟกราฟิก หรือวิดีโอสั้นประกอบการเรียน

2.2 ใช้แผนการเรียนรู้สมัยใหม่ แผนการเรียนการสอนในปัจจุบันควรเน้นการออกแบบที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของผู้เรียน เช่น การเรียนรู้แบบ Active Learning, Problem-Based Learning (PBL) หรือการใช้เกมและสถานการณ์จำลอง (Simulation) เพื่อสร้างแรงกระตุ้นและเพิ่มความสนุกสนานในการเรียน

2.3 ลดลักษณะเชิงวิชาการที่เคร่งครัด เพื่อลดความกดดันของผู้เรียน นวัตกรรมการสอนควรปรับให้มีความยืดหยุ่นและเน้นการเรียนรู้ที่เน้นประสบการณ์จริงมากขึ้น เช่น การนำเสนอเนื้อหาผ่านตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้เรียน หรือสถานการณ์ที่ผู้เรียนสามารถเข้าใจและเชื่อมโยงกับตนเองได้

2.4 การเรียนรู้แบบ Two-Way Interaction รูปแบบการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพควรเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียนอย่างสม่ำเสมอ ผู้เรียนควรมีโอกาสซักถาม แสดงความคิดเห็น และร่วมแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน เพื่อกระตุ้นความสนใจและการเรียนรู้ร่วมกัน

2.5 การฝึกฝนทักษะและการปฏิบัติจริง นวัตกรรมการสอนที่ดีควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อชีวิตและการทำงาน เช่น การสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการทำงานร่วมกัน โดยการออกแบบกิจกรรมที่เน้นการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อเสริมสร้างทักษะของผู้เรียนในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย

หัวใจสำคัญของการจัดการเรียนการสอนด้วยนวัตกรรม คือการออกแบบรูปแบบการเรียนรู้ที่พัฒนาบนพื้นฐานของความ ต้องการและศักยภาพของผู้เรียนเป็นหลัก โดยคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้เรียน เช่น ทักษะพื้นฐาน ความสนใจ และวิธีการเรียนรู้

ของแต่ละคน นอกจากนี้ นวัตกรรมต้องส่งเสริมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญ (Learner-Centered Approach) และเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ คือการสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างผู้สอนและผู้เรียน โดยการสนับสนุนให้นวัตกรรมการสอนช่วยให้เกิดการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การสนทนาในชั้นเรียน การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ หรือการติดตามผลการเรียนรู้รายบุคคล

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ ดังนี้

1. การออกแบบเนื้อหาให้กระชับและน่าสนใจ สรุปเนื้อหาที่สำคัญในแต่ละยุคสมัย เช่น จุดเด่นทางศิลปะ ศิลปินสำคัญ และความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ การใช้สื่อและเทคนิคประกอบการบรรยาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้และสร้างความสนุกสนานในบทเรียน รูปแบบการบรรยายควรมีการนำเสนอภาพและวิดีโอมาเป็นส่วนประกอบ โดยเฉพาะการใช้วิดีโอที่น่าสนใจเพื่อเกริ่นนำในช่วงต้นบทเรียน ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เรียน อีกทั้งการใช้เครื่องมือเช่น Timeline ช่วยอธิบายเนื้อหาในรูปแบบที่เห็นภาพชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้น

2. การใช้สื่อที่เชื่อมโยงกับความสนใจของผู้เรียน ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านได้นำเสนอเทคนิคการสอน โดยการนำเสนอที่ใกล้ชิดและเกี่ยวข้องกับนักศึกษาที่แตกต่างกัน เช่น ภาพยนตร์ สื่อวิดีโอ โซเชียลมีเดีย และสื่อกราฟิกต่างๆ มาใช้เป็นส่วนประกอบในบทเรียน การใช้สื่อเหล่านี้ช่วยให้บรรยากาศในชั้นเรียนมีความสนุกสนาน และช่วยสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

3. แนวทางในการจัดการเรียนการสอน เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาระดับสูงและเชื่อมโยงกับยุคก่อนและหลัง ได้แก่ ยุคเรเนซองส์ เป็นยุคที่น่าสนใจที่สุด เนื่องจากมีความซับซ้อนทั้งในด้านความคิดและพัฒนาการทางศิลปะ อีกทั้งยังเป็นยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงสำคัญซึ่งส่งผลต่อยุคสมัยถัดมา

งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนานวัตกรรมการสอนวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตกสำหรับนักศึกษาศิลปศึกษา โดยมุ่งเน้นการใช้เครื่องมือทางทัศนศิลป์เป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการถ่ายโยงความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้นำเสนอกระบวนการเรียนรู้ที่บูรณาการเครื่องมือทางทัศนศิลป์หลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารความคิดที่หลากหลายและมีพลวัต โดยเน้นการผสมผสานองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ อันได้แก่ ภาพ การเชื่อมโยงมิติสัมพันธ์ และการสื่อสารด้วยภาษาพูด ทั้งนี้ เครื่องมือทางทัศนศิลป์มีบทบาทสำคัญในการแปลงข้อมูลเชิงนามธรรมให้เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา มิได้จำกัดอยู่เพียงการจดจำเนื้อหา แต่เป็นการพัฒนาความสามารถในการเชื่อมโยงองค์ความรู้เชิงทฤษฎีสู่การปฏิบัติ และการสื่อสารองค์ความรู้ดังกล่าวให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารด้วยวาจา การเขียน หรือการนำเสนอผ่านสื่อประสม

กระบวนการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์โดยใช้เครื่องมือทางทัศนศิลป์สามารถสรุปได้ดังนี้ การบูรณาการเครื่องมือทางทัศนศิลป์หลากหลายประเภท อันได้แก่ การสอนแบบเรียงลำดับเหตุการณ์ (Timelines), สัญลักษณ์ (Semiotics), แผนที่เชิงภาพ (Visual map), แผนที่ความคิด (Mind mapping), วิดีโอ (Video), อินโฟกราฟิก (Infographic) เพื่อสร้างสรรค์สื่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสำหรับนักศึกษาศิลปศึกษา การใช้เครื่องมือเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น แต่ยังส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การเชื่อมโยงความรู้ และการนำเสนอข้อมูลอย่างสร้างสรรค์

หัวใจสำคัญของการถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษาจึงมิได้อยู่ที่การจดจำข้อมูลเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการพัฒนาความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติจริง และสามารถสื่อสารความรู้เหล่านั้นให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการพูด การเขียน หรือการนำเสนอด้วยสื่อต่างๆ การพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทัศนศิลป์จะเป็นกระบวนการที่ส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้เรียนรู้เชิงรุก สามารถวิเคราะห์ ตีความ และสังเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีวิจารณญาณ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นนักศิลปศึกษาที่มีคุณภาพในอนาคต

โดยสรุปแล้ว งานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเครื่องมือทางทัศนศิลป์ในการพัฒนาการเรียนการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ตะวันตก และส่งเสริมความสามารถในการถ่ายโยงความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา ซึ่งจะประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาศิลปะใน

อนาคต การนำเครื่องมือทางทัศนมาประยุกต์ใช้ในการสอนไม่เพียงแต่เพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหา แต่ยังช่วยให้นักศึกษาพัฒนาทักษะการเรียนรู้ที่สำคัญ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการทำงานและการศึกษาต่อในอนาคตได้

ตารางที่ 2 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบนวัตกรรมการสอนด้วยการใช้เครื่องมือทางทัศน ในการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์

กระบวนการสอน	เครื่องมือ	บทบาทของผู้เรียน	บทบาทที่ผู้เรียนจะได้รับ
การสอนแบบเห็นภาพรวมของเนื้อหา	การใช้วิดีโอ, ใช้การสอนแบบเรียงลำดับเหตุการณ์ (Timelines)	ผู้เรียนทำความเข้าใจลำดับเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ศิลป์	เริ่มต้นศึกษาประวัติศาสตร์ศิลป์ยุคแรก เรียนรู้ลำดับเหตุการณ์ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในศิลปะ
ช่วยแสดงให้เห็นสิ่งที่เหมือนหรือแตกต่าง	แผนที่ความสัมพันธ์แบบเรียงลำดับเหตุการณ์ (Timelines), อินโฟกราฟิก (Infographic), สัญศาสตร์ (Semiotics), ประกอบการบรรยาย	วิเคราะห์และเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบศิลปะในแต่ละยุคสมัย	สังเกตและวิเคราะห์หลักของศิลปะในยุคต่างๆ เช่น สี การวางภาพ สัญลักษณ์ และบริบททางสังคม
การสรุปเนื้อหา	แผนที่เชิงภาพ (Visual map) และแผนผังความคิด (Mind mapping)	สร้างความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนด้วยแผนภาพและการสังเคราะห์ข้อมูล	สรุปผลกิจกรรมด้วยการรวบรวมข้อมูลใหม่ และฝึกทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
อภิปราย	แผนที่เชิงภาพ (Visual map) และแผนผังความคิด (Mind mapping)	แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและอภิปรายข้อมูลเชิงลึก	ฝึกการพูดอภิปราย วิเคราะห์ศิลปะและสะท้อนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดสำคัญ
การสร้างสรรค์ผลงาน	ผลงานการสร้างสรรค์ของผู้เรียน	สร้างผลงานที่สะท้อนความเข้าใจในเนื้อหา	สร้างสรรค์กิจกรรมที่เชื่อมโยงความเข้าใจและขยายขอบเขตความคิดสร้างสรรค์
ตรวจสอบความรู้	แบบประเมิน	ตรวจสอบและประเมินผลการเรียนรู้ของตนเอง	ทบทวนความรู้และสะท้อนผลการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่กำหนด

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทัศน เพื่อส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ การพัฒนานวัตกรรมด้วยเครื่องมือทางทัศนสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ลึกซึ้งในวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ ช่วยเชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นระบบ และพัฒนาความเข้าใจในบริบททางศิลปะในลักษณะที่ยั่งยืน ในการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ผู้สอนสามารถพิจารณาเลือกใช้สื่อประกอบการเรียนการสอนที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจบริบททางประวัติศาสตร์ให้ผู้เรียนเข้าใจเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ได้อย่างสมเหตุสมผล (Chotirom, & Tosila, 2021) จากการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่ามีหลายช่วงเวลาที่สำคัญในประวัติศาสตร์ตะวันตก โดยเฉพาะยุคที่ศิลปะมีความเจริญรุ่งเรือง ศิลปะยุคเรเนซองส์ เป็นยุคที่ศิลปินมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์องค์ความรู้ และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในเรื่องราวของประวัติศาสตร์ศิลป์ (Zhang, 2020) จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนศึกษาแนวคิดและผลงานที่เปลี่ยนแปลงวงการศิลปะ โดยการจัดกระบวนการเรียนการสอนที่ใช้เครื่องมือทางทัศนเข้ามา เป็นอีกแนวทางในการเลือกวิธีการสอน ช่วยเชื่อมโยงเหตุผลและอารมณ์ สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ลึกซึ้งในสาขาประวัติศาสตร์ศิลป์ และช่วยพัฒนาความรู้ด้านประวัติศาสตร์ศิลป์ให้ผู้เรียนได้ (Martikainen, 2017) การเรียนรู้

ด้วยกระบวนการเรียนรู้เชิงทัศน์ (Visual Thinking) เป็นวิธีการคิดที่เน้นกระตุ้นกระบวนการทางสมอง โดยเชื่อมโยงรูปภาพกับภาษา หรือข้อมูลที่สะสมไว้ แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นภาพหลากหลายรูปแบบ (Wongsaphan, 2021) สอดคล้องกับ Wararugsajja and Pichayapaiboon (2021) กล่าวว่า Timeline มีบทบาทอย่างมากในการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ ช่วยเชื่อมโยง จัดโครงสร้างของระบบ เนื้อหาที่มีจำนวนมากในวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ ทำให้เกิดความคงทนในการเรียนรู้ และความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว การพัฒนาการเรียนรู้ด้วยรูปภาพ ผู้สอนควรออกแบบกระบวนการสอน กิจกรรมที่เน้นให้ผู้เรียนได้ใช้ทักษะเชิงทัศน์ ในการสังเกต มอง ดูสิ่งต่างๆ เพื่อพิจารณาแยกแยะ และเกิดเป็นกระบวนการตีความ วิเคราะห์องค์ประกอบและประเด็นสำคัญในยุคเรเนซองส์ได้ จากการใช้ เครื่องมือทางทัศน์ ที่นำเสนอในรูปแบบของ การสอนแบบเรียงลำดับเหตุการณ์ (Timelines), สัญลักษณ์ (Semiotics), แผนที่เชิงภาพ (Visual map), แผนที่ความคิด (Mind mapping), อินโฟกราฟิก (Infographic), วิดีโอ (Video) ที่มีความสอดคล้องกับบทบาทที่ผู้เรียนจะได้รับ ตั้งแต่ขั้นเริ่มต้นในการมองเห็นภาพรวมของเนื้อหา ช่วยแสดงให้เห็นสิ่งที่เหมือนหรือแตกต่าง การสรุปเนื้อหา อภิปราย การสร้างสรรค์ผลงาน จนถึงขั้นตรวจสอบความรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาความรู้พื้นฐานของผู้เรียนให้ผู้เรียนเกิดเป็นความเข้าใจในยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ศิลปะที่มีความซับซ้อนอย่างเข้าใจ เมื่อนักศึกษาศิลปศึกษามีความเข้าใจในเชิงลึก ย่อมส่งผลให้มีกระบวนการถ่ายทอดความรู้ที่มีประสิทธิภาพและแม่นยำมากยิ่งขึ้น อันนำไปสู่กระบวนการถ่ายทอดความรู้ที่มีประสิทธิภาพ (Janhom, 2016) การถ่ายทอดความรู้ในวิชาชีพครูเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน แต่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการยกระดับคุณภาพการศึกษา ผู้สอนที่สามารถถ่ายทอดความรู้และออกแบบการเรียนรู้การสอนที่มีคุณภาพ จะช่วยให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์สูงสุด และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการพัฒนาแนวทางการสร้างนวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ ด้วยเครื่องมือทางทัศน์เพื่อส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้ของนักศึกษาศิลปศึกษา โดยการใช้เครื่องมือทางทัศน์เหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น แต่ยังส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การเชื่อมโยงความรู้ และการนำเสนอข้อมูลอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับการเป็นนักศิลปศึกษาที่มีคุณภาพ การถ่ายทอดความรู้ในวิชาชีพครูเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน แต่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการยกระดับคุณภาพการศึกษา ผู้สอนที่สามารถถ่ายทอดความรู้และออกแบบการเรียนรู้การสอนที่มีคุณภาพ จะช่วยให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์สูงสุด และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ด้วยเครื่องมือทางทัศน์จึงเป็นกระบวนการที่ส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้เรียนรู้เชิงรุก สามารถวิเคราะห์ ตีความ และสังเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีวิจารณญาณ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นนักศิลปศึกษาที่มีคุณภาพในอนาคต

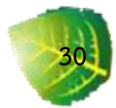
ข้อเสนอแนะ

1. การออกแบบการเรียนรู้ด้วยเครื่องมือทางทัศน์สามารถใช้รูปแบบเครื่องมือที่หลากหลายได้มากขึ้น เช่น การใช้สื่อเกมส์เข้ามาประกอบการสอน, การใช้การ์ดภาพ หรือการใช้ VR
2. การออกแบบแผนการเรียนรู้และเวลาในการจัดการเรียนการสอน อาจมีความยืดหยุ่นได้มากขึ้นตามบริบทของผู้เรียน
3. ควรมีการพัฒนาสื่อการสอนที่เข้าถึงง่ายและหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่มีความแตกต่างกัน
4. ผู้สอนควรออกแบบกิจกรรมที่หลากหลายและเหมาะสมกับลักษณะของเครื่องมือทางทัศน์แต่ละประเภท เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะการคิดวิเคราะห์ การเชื่อมโยงข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลอย่างสร้างสรรค์

บรรณานุกรม

Butler, A.M., & Hahn, C. (2021). Decolonize this Art History: Imagining a Decolonial Art History Programme at Kalamazoo College. *London Review of Education*, 19(1), 1-15. Retrieved March, 2024, from <https://doi.org/10.14324/LRE.19.1.22>

- Chotirom, S., & Tosila, C. (2021). Guidelines for Instructional Management to Promoting Historical Contextualization. *Silpakorn University Journal*, 41(4), 15-26. Retrieved November, 2024, from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/251249>
- Chtena, N. (2021). “Opening” Art History: Exploring the Motivations and Practices of Faculty using Open Educational Resources in Lower-Level and General Education Art History Courses. *Journal of Interactive Media in Education*, 23(1), 1-16. Retrieved March, 2024, from <https://jime.open.ac.uk/articles/10.5334/jime.677>
- Faculty of Education, Chulalongkorn University. (2021). *Undergraduate Student Handbook: Faculty of Education, Chulalongkorn University*. Retrieved March, 2024, from <https://www.edu.chula.ac.th/sites/default/files/users/user18/download/สัมมนา%20อ.ที่ปรึกษา%202564/คู่มือปริญญานิเทศศาสตร์2564%2014-7-64.pdf>
- Faculty of Humanities and Social Sciences. (2022). *Bachelor of Education Kamphaeng Phet Rajabhat University*. Retrieved March, 2024, from <https://reg.kpru.ac.th/th/data/curkpru/2565/6504.pdf>
- Janhom, P. (2016). *Development of Learning Management Model to Develop Transfer of Art Knowledge Ability in Art Education Students* (Doctoral Dissertation). Chulalongkorn University. Retrieved March, 2024, from <https://www.edu.chula.ac.th/sites/default/files/users/user48/ป.เอก%20การพัฒนาารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒน.pdf>
- Kunphunsup P. (2022). *The Application of CLIL Approach for History of Arts and Design Courses in Bilingual Program of Burapha University* (Research Reports). Burapha University. Retrieved March, 2024, from <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/4493>
- Kutis B. (2020). Scaffolding the Formal Analysis Assignment in Art History Courses to Promote Learning. *Journal of Teaching and Learning with Technology*, 9(1), 30-35. Retrieved March, 2024, from <https://doi.org/10.14434/jotlt.v9i1.29162>
- Martikainen, J.M. (2017). Making Pictures, Writing about Pivture, Discussing Picture and Lecture- Discussion as Teaching Methods in Art History. *Art History Pedagogy & Practice*, 2(1), 1-35. Retrieved May, 2024, from <https://academicworks.cuny.edu/ahpp/vol2/iss1/4/>
- Rakmai, T. (2016). Application Fesing for Undergraduate Students Art Hostory Learning. *Arch Journal Issue*, 23(2), 119-132. Retrieved March, 2024, from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl/article/view/78721/63063>
- Shuell, T. J. (1990). Phases of Meaningful Learning. *Review of Educational Research winter 1990*, 60(4), 531-547. Retrieved May, 2024, from <https://www.jstor.org/stable/1170505>
- Wararusajja M., & Pichayapaiboon P. (2021). An Instruction Development by Using Organizers to Construct the Underdstanding and Learning Retention in Art History for Undergraduate Students. *An online Journal of Education*, 16(2), 1-9. Retrieved March, 2024, from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/OJED/article/view/253305/168960>



Wetchcho, S., & Na Songkla, J. (2020). Visual Literacy from Theory to Practice: A Paradigm of Visual Thinking, Learning and communication. *Journal of Education Naresuan University*, 23(4), 464–478. Retrieved May, 2024, from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/242064/170143

Wongsaphan, M. (2021). Promoting Learning through Projective Thinking. *e-Journal of Education Studies, Burapha University*, 3(4), 1–14. Retrieved November, 2024, from <https://journal.lib.buu.ac.th/index.php/ejes/article/view/7766>

Zhang, Y. (2020). Research on the Development Trend of Western Art History Based on Big Data Technology. *Journal of physics Conference Series*, 1648(4), 1-9. Retrieved May, 2024, from <https://www.researchgate.net/publication/346491912>

Received:	20-01-2025
Revised:	14-04-2025
Accepted:	14-05-2025

The Development of the Inheritance and Dissemination of National Music Culture Jinxiu Yao Music from the Perspective of the Neoclassical Structure-Function Theory

Xiaoning Qin^{*,1}

512707565@qq.com

Somdech Rungsrirawat²

somdech.ru@ssru.ac.th

Abstract

This paper is based on the neoclassical "structure-function theory" to conduct an in-depth analysis of the transformation and development of the music culture of the Jinxiu Yao ethnic group. The research objectives are as follows: 1) to study the content of Yao ethnic music culture in Jinxiu under the framework of neoclassical structural-functional theory. 2) to study the inheritance mechanisms of Yao ethnic music culture in Jinxiu, investigating and critically evaluating the feasibility and effectiveness of various transmission approaches. 3) to study the developmental trajectories of Yao ethnic music in Jinxiu within the context of rapid new media evolution, identifying sustainable strategies for cultural preservation and dynamic adaptation in the digital era. Through interviews with 54 representatives of the Yao ethnic group in the Jinxiu Yao area, research conclusions were drawn, including: 1. Identifying the unique structural characteristics of Jinxiu Yao ethnic music; 2. Applying the neoclassical "structure-function theory" to analyze the transformation of Jinxiu Yao ethnic music culture from traditional to modern in the process of dissemination; 3. The future development prospects of Jinxiu Yao music from the perspective of neoclassical "structure-function theory". Through an in-depth analysis of the structural characteristics and functional evolution of Yao ethnic music culture in Jinxiu, this study aims to provide transferable experiences and insights for the preservation and development of other ethnic musical traditions.

Keywords: neoclassical structure-function theory, Jinxiu Yao ethnic music, inheritance and dissemination, transformation and development

* Corresponding Author

¹ Doctor of Communication Arts Program, Graduate School, College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University

² College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University

Introduction

In recent years, with the continuous advancement of globalization and the acceleration of modernization, Chinese ethnic music culture is facing unprecedented challenges and opportunities, especially the inheritance and dissemination of minority ethnic music culture facing a severe situation. This paper will take the inheritance and dissemination of the Jinxiu Yao ethnic music culture in Guangxi as the research object, and explore in depth the challenges and coping strategies it faces.

Research on the Preservation and Dissemination of Ethnic Musical Cultures: Wang (2021), in *Research on Ethnic Music Culture Dissemination Strategies in the New Media Environment: A Review of Beijing Ethnic Music Research and Communication Base Academic Anthology* (2015 Volume), posits that the advent of the new media era has fundamentally transformed the content, forms, technological means, and developmental paradigms of musical cultural transmission. Consequently, strategies and methodologies for music cultural dissemination must evolve accordingly. Particularly in ethnic music propagation, China's dissemination strategies require systematic adaptation to new media dynamics, implementing targeted approaches to enhance both the efficacy and influence of cultural transmission under digital conditions.³ Siginchaoquetu (2022), in *Characteristics and Pathways of Ethnic Music Cultural Exchange under the Belt and Road Initiative*, argues that cultural exchanges and mutual learning under the BRI framework will catalyze high-quality diplomatic engagements between China and participating nations. The study reveals that BRI-oriented ethnic music exchanges exhibit five distinctive attributes: historicity, ethnicity, regionality, mutual benefit, and long-term sustainability. Four implementation pathways are proposed: 1) Enhancing public participation in BRI music exchanges; 2) Articulating China's cultural narratives through professional musicians' mission-driven practices; 3) Leveraging institutional advantages to secure governmental policy support; 4) Establishing comprehensive material support systems for BRI music initiatives.⁴ Jia (2023), in *Music Education and Cultural Inheritance in Ethnic Regions: A Review of Chinese Ethnic Minority Music Cultures*, emphasizes that China's multicultural heritage necessitates music education strategies prioritizing cultural continuity. As ethnic music serves as both historical documentation and emotional expression for minority groups, pedagogical approaches in ethnic regions must systematically preserve the spiritual essence of these musical traditions.⁵ Zhang Jijiao and Zhang Yu (2024), in *Research on Haikou Traditional Ballads from the Perspective of Chinese Cultural Development*, highlight the urgent need for preserving Haikou's ballad heritage amidst cultural homogenization. They propose a "triple-structure" analytical framework (national-regional-local ballad systems) to position these traditions within China's

³ Wang, K. P. (2021). Research on Dissemination Strategies of Ethnic Musical Culture in the New Media Environment: A Review of Beijing Ethnic Music Research and Communication Base Academic Anthology. *Journalism Enthusiast*, (5), 99-100.

⁴ Siginchaoquetu. (2022). Characteristics and Pathways of Ethnic Musical Cultural Exchange Under the Belt and Road Initiative. *Journal of Ethnic Education Studies*, 9(4), 123-127.

⁵ Jia, Y. (2023). Music Education and Cultural Inheritance in Ethnic Regions: A Review of Chinese Ethnic Minority Music Culture. *China Education Journal*, (6), 144.

cultural symbol system. The study further explores how Haikou ballads acquire renewed significance in contemporary Chinese cultural contexts through endogenous revitalization mechanisms.⁶

Research on Yao Ethnic Music Culture: Hou Daohui (2011), in *A Study of Eighteen Yao Ethnic Suona Wedding Music in Jinxiu, Guangxi*, identifies the unique structural integrity of Yao wedding suites - each composition corresponding to specific ceremonial procedures. Noting their pristine musical preservation within Guangxi's ethnic instrumental repertoire, he advocates open-system inheritance strategies through systematic morphological analysis.⁷ Liu Yihan (2015), in *A Critical Review of Yao Music Research*, acknowledges substantial progress in Yao music scholarship while critiquing persistent limitations: overemphasis on descriptive studies of folk songs, dance, and instruments at the expense of deep cultural interpretation; predominance of experiential accounts over theoretical frameworks.⁸ Shen Leiqiang (2019), in *Folk Beliefs in Yao Ethnic Music: A Study of the Panwang Song*, demonstrates how this ritual music embodies Yao spiritual cosmology. His cross-regional analysis proposes optimized international dissemination models for China's ethnic music through belief-music interaction studies.⁹ Zhao Shufeng (2022), in *Evolution of Yao Wedding Music Culture in China and Southeast Asia: Field Studies in Hunan-Guangdong- Guangxi and Laos- Thailand Communities*, reveals divergent cultural trajectories: Chinese Yao communities maintain core ceremonial structures ("Song Hall" rituals) through cultural self-awareness and ICH movements, whereas Laotian/Thai Yao traditions exhibit structural disintegration due to acculturation pressures (Lao Loum cultural dominance, Christian influences, Thai pop culture). This comparative study frames musical changes as strategic adaptations reflecting cross-cultural identity negotiations.¹⁰

Current scholarship on the dissemination and development of Yao ethnic music culture in Jinxiu, Guangxi, encompasses five primary research trajectories: scholars have systematically investigated the intrinsic value of Yao musical traditions alongside persistent challenges in cross-cultural transmission; established critical connections between its developmental dynamics and profound cultural-semiotic significance; analyzed historical-contemporary dialectics to identify modern adaptability pathways; extended interdisciplinary inquiries to holistically decode its cultural complex; and deconstructed polyphonic elements and aesthetic paradigms within its musical syntax. Despite these advances, research remains fragmented and lacks systematic integration, a critical gap addressed by this study against the backdrop of China's intensified institutional commitment to ethnic musical heritage preservation. As governmental and societal stakeholders actively pursue innovative approaches to promote the development and dissemination of China's diverse ethnic musical traditions, this research adopts Jinxiu Yao music culture as a paradigmatic case, employing neoclassical structural-functional theory to conduct tripartite structural analysis (ontological, exogenous, and endogenous dimensions). By elucidating mechanisms of cultural transmission

⁶ Zhang, J. J., & Zhang, Y. (2024). Research on Haikou Traditional Ballads from the Perspective of Chinese Cultural Construction. *Journal of Hainan Normal University (Social Sciences Edition)*, 37(3), 121-131.

⁷ Hou, D. H. (2011). A Study of Eighteen Yao Ethnic Suona Wedding Music in Jinxiu County, Guangxi. *Chinese Music*, (3), 115-118.

⁸ Liu, Y. H. (2015). A Review of Yao Ethnic Music Research. *Northern Music*, (8).

⁹ Shen, L. Q. (2019). A Study on Folk Belief Activities in Yao Ethnic Music Panwang Ge. *Guizhou Ethnic Studies*, (7), 117-121.

¹⁰ Zhao, S. F. (2022). Development and Changes of Yao Wedding Music Culture in China and Southeast Asia: Case Studies from Hunan, Guangdong, Guangxi (China), Luang Namtha, Bokeo, Vientiane (Laos), and Chiang Rai (Thailand). *Chinese Music*, (6), 120-132.

and sustainability, the study ultimately proposes globally oriented strategies to transcend geographical constraints, enabling Yao musical heritage to achieve transcultural resonance from mountainous communities to national and international arenas in the age of globalization.

Objectives

1. To study the content of Yao ethnic music culture in Jinxiu under the framework of neoclassical structural-functional theory.
2. To study the inheritance mechanisms of Yao ethnic music culture in Jinxiu, investigating and critically evaluating the feasibility and effectiveness of various transmission approaches.
3. To study the developmental trajectories of Yao ethnic music in Jinxiu within the context of rapid new media evolution, identifying sustainable strategies for cultural preservation and dynamic adaptation in the digital era.

Research Methodology

1. Research Planning

Step one outlines the initial research direction: "Exploring the inheritance and development of Jinxiu Yao music culture from the perspective of the 'New Classical' structural-functional theory."

Step two involves preparing literature materials based on the initial research direction, categorizing, organizing, and studying relevant literature.

Step three defines the research content, organizes the research background, and formulates research questions based on the research content.

Step four specifies the research methods and samples, and prepares necessary research tools.

Step five applies research tools to conduct actual research, collecting and organizing data.

Step six includes quality checks on the survey process and analysis of the collected data.

Step seven draws research conclusions.

Step eight discusses the research conclusions and proposes reasonable suggestions based on the research results.

2. Research Methods

This study employs an embedded research design utilizing qualitative methodologies to holistically investigate the dissemination and developmental trajectories of Yao ethnic music culture in Jinxiu County, Guangxi. The multi-method approach systematically addresses distinct research dimensions through field studies, structured observations, archival analysis, and semi-structured interviews, ultimately synthesizing strategic recommendations for cultural preservation and innovation.

The fieldwork methodology integrates ethnographic documentation of musical transmission processes, combining in-depth interviews with inheritors, audiovisual recording of ritual performances, and immersive participant observation across three critical nodes: Jinxiu Yao Autonomous County (China), Yao diaspora communities in California (USA), and Yao villages in Chiang Rai (Thailand). As an indigenous researcher embedded within the

cultural ecosystem, I conducted longitudinal engagement through domestic ritual participation, transnational community cohabitation, and systematic phenomenological interpretation of musical practices.

Systematic observation protocols were implemented through insider-perspective ethnography, focusing on key cultural spaces and musical actors (traditional musicians, ensemble leaders, ritual specialists). This involved structured documentation of 37 musical events using triangulated recording modalities (audio-visual capture, performance notation, ritual transcriptions), supplemented by reflexive dialogue sessions to decode the interplay between musical syntax and socio-cultural contexts.

Archival research adopted a transdisciplinary framework synthesizing ethnomusicological analysis, policy archaeology, and social network mapping. Through critical examination of 163 historical documents spanning dynastic chronicles (e.g. Qing-era Yao tribute records), contemporary policy texts, and digital ethnography datasets, the study reconstructs the evolutionary trajectory of Jinxiu Yao music while identifying critical junctures of cultural transformation since 1949.

The structured interview protocol engaged 54 stakeholders involved in Yao musical culture, comprising Yao elders, community leaders, music educators, students, new media practitioners, ethnomusicologists, and government representatives. Research focus centered on Yao musical traditions, dance forms, and Intangible Cultural Heritage (ICH) practices within Jinxiu Township, specifically investigating perspectives on cultural transmission mechanisms and adaptive modernization strategies. Methodologically, dual-phase data collection was implemented: face-to-face interviews conducted through on-site questionnaire administration in Jinxiu Yao Autonomous County, with responses documented in real-time during scheduled sessions; complementary telephone interviews employed guided discussion frameworks, utilizing a 60-minute conversational protocol to systematically capture the characteristics, current status, and evolving perspectives of Yao musical culture. This hybrid approach ensured methodological triangulation while accommodating diverse participant accessibility constraints.

3. Overall Design and Sample Data Source

This qualitative study conducted in-depth interviews with 54 strategically selected participants across six stratified groups within Jinxiu Yao Autonomous County, Guangxi, to systematically investigate the cultural transmission mechanisms of Yao music heritage. The research design prioritized engagement with core stakeholders through targeted phenomenological inquiry.

Cultural custodians comprising senior clan leaders and community authorities (6 participants, including provincial-level intangible cultural heritage inheritors and representatives from various Yao subgroups) provided oral histories detailing intergenerational transmission pathways. Dialogues centered on documenting the artistic characteristics of traditional music (melodic patterns, rhythmic structures, lyrical content, and stylistic variations), analyzing the socio-cultural functions of dance and festival practices, assessing linguistic erosion impacts on musical transmission, and evaluating government safeguarding initiatives.

Educational practitioners and learners (20 participants spanning preschool to tertiary education levels) revealed the operational dynamics of institutional music transmission. Investigations focused on curriculum

integration strategies for Yao musical elements, pedagogical challenges in bilingual instruction, student engagement methodologies, and resource optimization approaches within formal educational frameworks.

Digital innovators (5 new media professionals including independent musicians and livestream content creators) provided insights into technological mediation of musical transformation. Discussions explored creative synthesis of traditional motifs with electronic music arrangements, audience cultivation through short video platforms, and ethical considerations in balancing commercial viability with cultural authenticity.

Academic and policy experts (9 scholars and heritage protection specialists) elucidated the symbiotic relationship between theoretical research and practical conservation. Analytical dialogues addressed the symbolic dimensions of musical practices in constructing ethnic identity, theoretical frameworks for safeguarding intangible heritage, systemic integration with national education policies, and emerging digital preservation technologies.

Policy implementers (5 cultural administration officials) clarified governmental safeguarding strategies through critical examination of policy efficacy in resource allocation, interdepartmental coordination mechanisms, solutions for aging inheritor demographics, and cultural value enhancement in tourism development initiatives.

Cross-cultural observers (9 external participants including international ethnomusicologists and overseas Yao community representatives) offered evaluative perspectives on transmission efficacy. Their experiential accounts assessed ritual performance authenticity, community-led revitalization vitality, transnational cultural exchange significance, and safeguarding measures against exogenous intervention risks in heritage practice.

The interview design strategically selected 54 participants across six stratified categories, achieving comprehensive coverage and logical stratification of Jinxiu Yao musical culture's transmission ecosystem. This sample size in qualitative research methodology mitigates reductionist biases inherent in undersized datasets while ensuring analytical depth through targeted group segmentation. Each category represents critical nodes within the cultural transmission actor-network: Yao elders and community leaders, as traditional authorities, embody interpretive sovereignty over indigenous practices, their perspectives revealing both the survival status of musical DNA and risks of intergenerational disjunction; music educators and students function as pedagogical conduits, exposing tensions between tradition-modernity collisions and linguistic-value infiltration within institutional settings; new media practitioners (independent musicians, livestream influencers) epitomize technological reconfigurations of heritage, manifesting contradictions between innovative dissemination and commercialization; academic researchers provide theoretical legitimization for preservation frameworks, bridging fieldwork praxis with scholarly paradigms; government stakeholders reflect the efficacy and limitations of policy-driven cultural governance through resource allocation mechanisms; while peripheral participants (tourists, folk performers, international observers) offer polyphonic social feedback, simultaneously capturing endogenous community vitality (e.g., nuptial performance authenticity) and external cultural gazes (e.g., cross-civilizational dialogue demands). This categorical architecture constructs a dynamic cultural ecology map through multidimensional intersections of traditional-modern dialectics, policy-practice nexuses, academic-vernacular dynamics, and local-global interactions. It enables dual analytical capacities: tracking adaptive transformations of Yao music within contemporary socio-technological matrices, while diagnosing fracture points across transmission chains—linguistic erosion, intergenerational

detachment, and ritual commodification. Ultimately, this stratified design establishes an empirical foundation for formulating systemic preservation strategies that reconcile cultural integrity with developmental imperatives.

4. Research Tools

The primary instrument of this research is an interview protocol, divided into four sections:

- 1) The first section comprises general questions designed to acquaint the researcher with the respondents' basic background.
- 2) The second part delves into the content and modes of transmission of the Jinxiu Yao ethnic group's musical culture.
- 3) The third section explores the analytical examination of Jinxiu Yao music culture through the lens of neo-classical "structural-functionalism."
- 4) Lastly, the fourth part discusses how the Jinxiu Yao musical culture is preserved and developed in the context of new media.

5. Tools

This study utilized a self-designed interview protocol, with specific questions as follows:

General issues	Please briefly introduce your personal background.
Content and Transmission	What do you consider to be the key components of Jinxiu Yao ethnic music culture?
	<i>What methods do you employ to preserve and transmit Jinxiu Yao ethnic music culture?</i>
Analysis of Yao Music Culture through the Lens of Neo-Classical "Structural-Functionalism"	<i>What changes have occurred in the content of Jinxiu Yao ethnic music culture?</i>
	<i>How has Jinxiu Yao ethnic music culture been transformed under external environmental influences?</i>
	<i>How have the functions of Jinxiu Yao ethnic music culture evolved over time?</i>
Development and Preservation in the Context of New Media	<i>What challenges does the inheritance and dissemination of Jinxiu Yao ethnic music culture currently face?</i>
	<i>How can new media be effectively utilized to preserve and promote Jinxiu Yao ethnic music culture?</i>
	<i>What are your expectations for the future inheritance and development of Jinxiu Yao ethnic music culture?</i>

6. Quality Check

The study successfully conducted interviews with 54 participants, all of whom provided comprehensive and substantive responses to the predetermined protocol while proactively elaborating on related contextual dimensions. Cross-comparative analysis of interview transcripts revealed significant thematic consistency across

datasets, with inter-respondent corroboration rates exceeding 85% on core research parameters. This high degree of narrative convergence substantiated the methodological rigor of the interview process, confirming both the validity of the qualitative data collected and the cultural resonance of the investigated phenomena.

Results

1. Introduction to the Jinxiu Yao Ethnic

Jinxiu Yao Autonomous County, situated on the main range of the Dayao Mountains in east-central Guangxi, was established on May 28, 1952, as China's first Yao autonomous county. Encompassing 2,518 square kilometers, the county administers 3 towns and 7 townships comprising 77 administrative villages. With a total population of approximately 157,000, it hosts multiple ethnic groups including the Yao, Zhuang, Miao, and Dong, of which the Yao population constitutes 39.01% of the total. Recognized globally for its Yao cultural diversity, Jinxiu contains five distinct Yao subgroups differentiated by ancestral origins, customs, languages, and traditional attire: Pan Yao, Chashan Yao, Hualan Yao, Shanzi Yao, and Ao Yao, collectively forming a vibrant mosaic of Yao cultural traditions.¹¹ According to the Introduction to Yao Subgroups published on the county government portal, Jinxiu's Yao population primarily comprises the Shanzi, Pan, Chashan, Ao, and Hualan subgroups. The Major Data Report of the Seventh National Population Census (2020) issued by the County Statistics Bureau reveals detailed demographic composition: Han population totals 24,934 (19.13%), while ethnic minorities account for 105,379 (80.87%), including 55,849 Zhuang (42.86%) and 48,557 Yao (37.26%).¹²

2. The content of Jinxiu Yao ethnic music culture

The Yao ethnic group in Jinxiu comprises five distinct subgroups: Shanzi Yao, Hualan Yao, Chashan Yao, Pan Yao, and Ao Yao, each exhibiting unique linguistic, sartorial, and musical characteristics. While collectively belonging to the East Asian musical system, Jinxiu Yao music can be broadly categorized into two principal genres: folk songs and dance-accompanied music (alternatively classified as vocal and instrumental traditions). The melodic structures of Jinxiu Yao music encapsulate a comprehensive emotional spectrum ranging from jubilation to lamentation. Thematically, these musical expressions are further classified into mountain songs, love ballads, religious chants, ceremonial dance music, and children's rhymes characterized by melodiously exquisite tonal patterns, Jinxiu Yao folk songs serve as an ethnographically significant art form that meticulously documents the quotidian experiences of Yao communities. Through musical narratives, the Yao people articulate cultural aspirations, celebrate youthful vitality, and venerate natural forces. Whether chronicling productive endeavors during prosperous eras or migratory

¹¹ Jinxiu Yao Autonomous County Ethnic & Religious Affairs Bureau. (2023, May 31). Yao Culture. *Jinxiu Yao Autonomous County People's Government*. Retrieved from <http://www.jinxiu.gov.cn/zjx/ftq/t5766711.shtml>.

¹² Jinxiu Yao Autonomous County Bureau of Statistics. (2021, June 10). Main Data Gazette of the Seventh National Population Census in Jinxiu Yao Autonomous County (2020). *Jinxiu Yao Autonomous County People's Government*. Retrieved from <http://www.jinxiu.gov.cn/xxgk/zfxxgk/fdzdgknr/sjfb/tjgb/t11101673.shtml>.

hardships in turbulent times, from sacred rituals to life-cycle ceremonies (birth, marriage, funerals), their musical traditions function as a living archive of collective memory and ethnic identity.

Su Rongsheng posits that Jinxiu Yao folk songs predominantly feature heptasyllabic verse structures, thematically encompassing labor, courtship, and festive contexts. These are categorized into "Collective Work Chants" (performed during group labor or celebrations) and "Intimate Ballads" (sung in private settings like courtship), characterized by improvised lyrics set to flexible yet formulaic melodic frameworks.¹³

Li Rizhen emphasizes that Shanzi Yao music in Jinxiu employs tetratonic scales with melodies intrinsically tied to Yao linguistic tonality. The slow-paced rhythms accompany lyrics chronicling historical tribulations (e.g., migration narratives). Dance forms, predominantly percussion-accompanied (gongs and drums), synergize with music to manifest ethnic identity during festivals.¹⁴

Tao Xiaozhan advocates pedagogical transmission through school-adapted compositions (e.g., award-winning piece "Loyal Heart to the Party"), which preserve traditional musical idioms while incorporating contemporary lyrics. His methodology involves organizing student ensembles (dance troupes, choirs) and utilizing broadcast/digital platforms for cultural dissemination.¹⁵

Tao Ge proposes modernizing Yao music through strategic retention of primal elements (e.g., traditional modes) enhanced by harmonic innovations and live performance experimentation. His approach integrates study-tour activities, transforming ancestral melodies into interactive educational repertoires to engage youth.¹⁶

Zhang Guomin elucidates the ritual symbiosis between music and sacred dances (e.g., Yellow Clay Drum Dance, Panwang Dance), originally serving sacrificial and blessing ceremonies, now evolved into composite cultural performances. His choreographic work on the national ICH-listed "Yellow Clay Drum Dance" preserves proto-kinetic patterns while adapting to theatrical staging.¹⁷

Zhao Fujin, inheritor of the Pan Yao subgroup's Shenpai song tradition, identifies this genre as vital oral historiography chronicling migration sagas and agricultural wisdom. Characterized by D-tonic melodies avoiding C notes, its steady rhythms synchronize with Yao linguistic tones, maintaining authenticity through oral transmission.¹⁸

Li Lin theorizes dance as a rhythmic regulator for Yao vocal traditions, exemplified by Pan Yao's "Mountain Crossing Chants" where choreography enhances prosodic cadences. Ritual gestures (sacred hand signs, farming pantomimes) coalesce with music to express ecological reverence and historical consciousness. His analysis frames dance as visual theology, particularly in "Ordination Dance" mediating human-divine communication and reinforcing ethnic solidarity.¹⁹

¹³ Source: Su Rongsheng, male, 71, provincial-level Xiangli Song intangible cultural heritage inheritor, personal communication, August 4, 2024.

¹⁴ Source: Li Rizhen, male, 71, key Shanzi Yao culture bearer, personal communication, August 2, 2024.

¹⁵ Source: Tao Xiaozhan, male, 54, Teacher at Jintian Primary School, Jinxiu County, personal communication, August 18, 2024.

¹⁶ Source: Tao Ge, male, 55, independent musician, personal communication, August 11, 2024.

¹⁷ Source: Zhang Guomin, male, 72, Jinxiu Yao dance choreographer, personal communication, August 10, 2024.

¹⁸ Source: Zhao Fujin, male, 68, provincial-level ICH inheritor, personal communication, August 3, 2024.

¹⁹ Source: Li Lin, male, 64, former Director of the Jinxiu County Song and Dance Troupe, personal communication, August 19, 2024.

Liang Min interprets Chashan Yao dance as kinetic ethnography mirroring quotidian life (farming/hunting simulations) and emotional expression. Ritual dances during Panwang Festival and Merit Ceremonies serve as mnemonic devices for historical preservation and community cohesion. His modernization efforts blend traditional humorous styles (e.g., comic hunting pantomimes) with stagecraft innovations (lighting/costume design) to attract younger and tourist audiences.²⁰

The Hua'lan Yao musical tradition exemplifies ritual-narrative symbiosis through its iconic "Li Guan" melody cycle. Characterized by elongated free-rhythm phrasing, this repertoire employs three distinct modal variants—"Guajia" (neighboring villages), "Liguan" (distant lands), and "Gazhi" (mountain-divided communities)—to vocalize migration histories via sparse three-tone scales (5-6-3), as exemplified in the foundational epic "Song of Origins". The narrative ballad tradition "Ji Dong Nuo" bifurcates into Liuxiang-style palace mode and Changtong-style horn mode, encompassing genres from love poetry to children's rhymes like the playful "Waving Hands, I Won't Return". Ritual music manifests in the "Sacred Hymns" of Ganwang worship ceremonies, where the pentatonic "Altar Opening Dance Music" projects divine majesty through suona oboes and ritual percussion. Ceremonial dances like the blessing-seeking "Incense Offering Dance" with its crouching tremolo steps and the thunder-god battle pantomime "Dance of Lei Wang" demonstrate kinetic theology through choreographed stick combat and meteorological mimesis. The predominance of bronze bells and wooden staves in instrumentation reflects the synthesis of mountain spirituality and historical consciousness.

Ao Yao's drum-centered tradition achieves global recognition through its millennium-preserved "Yellow Clay Drum Dance", featuring paired drums—the maternal drum's stout waist producing profound resonance and the paternal drum's slender form generating crisp tones, collectively conducting complex choreographies. Their musical dichotomy emerges in the grand unison "Epic Chorales" (yu mode migration narratives) versus intimate "Life Melodies" for daily labor and nuptials. Ritual music stratifies into Panwang worship chants, spirit procession recitatives, and Taoist requiem prayers. The dance repertoire juxtaposes sacred solemnity with folk humor, exemplified by the slapstick "Fishing Dance" satirizing divine authority through bumbling masked fishermen and the acrobatic "Eight Immortals Dance" blending religious symbolism with theatrical spectacle.

Chashan Yao's musical identity crystallizes in the love dialogue genre "Xiangli Song", featuring dramatic sixth-leap melodies in regional variants like the Jinxiu three-tone palace mode and Luomeng two-tone system. Children's songs employ staccato rhythms mimicking rainfall in playful ditties, while adopted Han melodies like the "Six-Section Tune" narrate creation myths through dramatic octave jumps. Ritual soundscapes bifurcate into shamanic "Hongmen Dance Music" and Taoist funeral suite "Ten-Stage Farewell". Their ceremonial dances manifest cosmological communication through precise bell-shaking motions in "Messenger Dance" and allegorical agricultural pantomimes in "Six Lang Drama Dance", culminating in the intricate textile-waving "Three Yuan Dance" honoring floral deities.

Pan Yao's UNESCO-listed "Shenpai Songs" preserve history through long-phrased historical narratives and short recitatives in Guilu dialect, while initiation rite music employs syncopated rhythms in heroic "Bridge Building

²⁰ Source: Liang Min, male, 60, key Chashan Yao culture bearer, personal communication, August 3, 2024.

Chants". The millennium-old "Long Drum Dance" embodies cultural resilience through biomechanical symbolism—hunched "Twisting Postures" memorializing swidden agriculture and "Low Stances" commemorating hardships. Ritual choreographies range from the comedic turtle-catching pantomime "Run Turtle Dance" to the martial "Troop Deployment Dance" recreating ancestral battles through bronze swords and horn calls.

Shanzi Yao's musical ecology prioritizes quotidian authenticity in their free-rhythm "Doorstep Songs" mimicking birdsong through leaf whistles, contrasted with yu-mode shamanic chants addressing mortality. Exorcism dances like the rapid blade-work "Public Officer Dance" and feminist critique "Madam Ninth Sword Dance" combine ritual efficacy with social commentary. The coming-of-age "Ordination Dance" features acrobatic cloud-platform trials guided by ritual masters' blade oscillations, accompanied by bronze bells enforcing the sacred "3-3-9" step pattern. This tradition embodies ecological wisdom through functional music-dance integration addressing both supernatural mediation and community ethics.

3. The inheritance of Jinxiu Yao ethnic music culture.

The transmission of Jinxiu Yao musical culture is primarily sustained through an oral tradition characterized by intergenerational mentorship and familial inheritance, wherein elders impart vocal techniques, melodic structures, and rhythmic patterns to younger generations during daily labor and communal activities. This traditional master-apprentice paradigm operates through experiential osmosis rather than formal instruction—musical knowledge is transmitted via lived demonstration, with apprentices achieving proficiency through intuitive assimilation rather than didactic pedagogy. Complementing this oral framework, systematic documentation of lyrical anthologies, melodic notations, and instrumental scores has been implemented as a preservative measure, creating tangible pedagogical resources for future generations while mitigating risks of cultural erosion. Crucially, the perpetuation of this musical heritage remains intrinsically embedded in subgroup-specific ritual practices, manifesting through five distinct ceremonial complexes: Pan Yao's Panwang Vow Renewal Ceremony, Hualan Yao's Coming-of-Age Rites, Chashan Yao's Merit Festival, Ao Yao's Yellow Clay Drum Ritual, and Shanzi Yao's Ordination Ceremony. These ritualized performances function as dynamic cultural matrices where musical traditions are continuously regenerated through embodied practice, ensuring their ontological continuity across temporal and spatial dimensions.

4. The Musical Culture and Traditional Festivals of the Jinxiu Yao Ethnic Group.

The musical culture of the Jinxiu Yao ethnic group maintains an intrinsic symbiotic relationship with traditional festivals, which serve as vital platforms for cultural transmission and performative expression. Festivals such as the Panwang Festival and Merit Ceremony exemplify this interconnection, attracting multiethnic participation (Yao, Han, Zhuang) through musico-choreographic performances that simultaneously showcase cultural distinctiveness and foster intergroup solidarity. These calendrical rituals have become institutionalized as mandatory annual events, crucial to sustaining the county's identity as a cultural tourism destination. Through vibrant displays like the Panwang Festival's authentic Yao song-and-dance performances—collaboratively created by villages and

acclaimed for their cultural authenticity—and the White Horse Dance and Sword Dance during the Yao Archway Festival, musical traditions achieve dual objectives of heritage preservation and expanded visibility.

Such festival mechanisms enable Yao musical culture to transcend geographic and generational boundaries while reinforcing villagers' ethnic pride and transmission consciousness. The ritualized performances function as dynamic cultural matrices where traditional elements are continually regenerated—the Panwang Festival's village-crafted shows preserve indigenous musical syntax, while the Archway Festival's martial dances maintain historic kinetic vocabularies. This festival-driven transmission ecosystem not only safeguards Yao cultural DNA but also catalyzes its evolution into a multidimensional social capital, enhancing regional soft power through tourist engagement and cross-cultural dialogue.

5. Analysis of Jinxiu Yao Ethnic Music Culture from the Perspective of Neo-classical "Structure-Function Theory"

The neoclassical "structure-function theory" offers an analytical framework for examining the structural configurations, operational dynamics, and systemic interrelationships within social systems. By decoding the constitutive elements and operational mechanisms of sociocultural phenomena, this theory reveals fundamental patterns governing cultural evolution. Its application in ethnomusicology provides critical insights into the structural matrices, functional adaptations, and developmental trajectories of ethnic musical traditions. The theory's conceptual triad—comprising ontological, exogenous, and endogenous structural dimensions—enables comprehensive cultural analysis. The ontological dimension addresses cultural capital and resources manifested through tangible and intangible heritage, focusing on inherent attributes like historical lineage and artistic distinctiveness. The exogenous perspective situates cultural artifacts within spatial hierarchies (villages, towns, cities, nations), analyzing their societal roles beyond intrinsic qualities. The theory postulates that culturally embedded structures acquire self-perpetuating functionalities through resource allocation, evolving into structural legacies with autopoietic capacities.²¹

First Analytical Dimension: The first analytical dimension examines ethnic musical culture through its ontological structure, conceptualizing it as cultural capital and resource that embodies a nation's historical legacy, traditional wisdom, and spiritual ethos. As both a symbolic identity marker and cultural DNA, ethnic musical culture manifests through distinctive sonic architectures—unique melodic patterns, instrumental timbres, and performative modalities—that crystallize ethnic aesthetic sensibilities and artistic heritage. Crucially, this living tradition operates dialectically as a heritage requiring preservation and a creative catalyst for contemporary cultural innovation. Focusing on Jinxiu Yao music's ontological structure reveals its intrinsic composition through historical sedimentation and artistic uniqueness. The Pan Yao subgroup's Shenpai Song, designated as a regional Intangible Cultural Heritage (ICH) item, exemplifies this structural essence. Performed in Yao dialect through rigid seven-character quatrains (e.g., The Wooden Leaf Song), its lyrical narratives chronicle migration sagas and ritual protocols. Musically, it employs D-

²¹ Zhang, J. J. (2020). Re-Examining the "Traditional-Modern" Transformation of Cultural Heritage: Neoclassical "Structural-Functionalism". *Northwest Ethnic Studies*, (3), 178-189.

tonic melodies avoiding C notes, with languid rhythms synchronized to Yao linguistic tonalities, creating profound narrative depth. During Du Jie initiation rites, ritual masters' syncopated rhythms in Bridge-Building Chants symbolically reconstruct ancestral heroism, demonstrating how musical syntax simultaneously preserves ceremonial functions and encodes historical memory.

Second Analytical Dimension: Exogenous Structure: This perspective situates Yao music within spatial-structural contexts (rural villages, towns, urban centers), analyzing how external sociocultural forces shape its transmission paradigms. Rural environments sustain traditional practices through close adherence to customary norms, as seen in Chashan Yao's Xiangli Song antiphonal singing during agricultural activities. Conversely, urban contexts catalyze transformative adaptations—a phenomenon illustrated by viral Douyin campaigns where Xiangli love ballads are reinterpreted with modern harmonies and sixth-interval leaps, garnering millions of views and fostering youth engagement through digital duets. The exogenous analysis reveals the dialectical tension between cultural preservation and innovative hybridization across different structural settings.

Third Analytical Dimension: The third analytical dimension focuses on the endogenous structure of ethnic musical culture, conceptualizing it as a structural product undergoing functional metamorphosis. Within the neoclassical structural-functional framework, this endogenous perspective reveals the dialectical interplay between intrinsic and extrinsic factors during cultural evolution. The creative transformation of intrinsic cultural genes—exemplified by Jinxiu Yao music's modernization of traditional elements like tri-tone sequences and Gong-mode systems—coupled with the role reconfiguration of transgenerational inheritors (elder ritualists preserving ceremonial authenticity versus youth innovators utilizing new media), drives the cultural system's self-adaptive generation of novel industrial formations. Externally, policy interventions (e.g., intangible cultural heritage safeguards, cultural-tourism integration), technological empowerment (short video dissemination, AI-powered digital preservation), and market demands (consumer preferences for authenticity and experiential engagement) synergistically catalyze the conversion of cultural capital into economic capital, manifesting in industrial clusters such as the "music + cultural tourism + creative industries" model. This is epitomized by Ao Yao's live-action performances of the Yellow Clay Drum Dance, which stimulate auxiliary sectors including gastronomy and handicrafts. Simultaneously, ethnic musical culture transcends traditional spatial constraints through globalization strategies like transnational festival collaborations and interactive Virtual Song Hall platforms, while establishing a closed-loop ecosystem of "cultural identity → economic valorization → resource reciprocation" rooted in community agency (e.g., villager cooperatives reinvesting tourism revenues into heritage preservation). This dual-axis transformation mechanism not only demonstrates the functional transition of cultural systems from "passive heritage" to "active capital" but also establishes a sustainable paradigm for regional revitalization through culture-driven industrial development and industry-nurtured cultural continuity.

6. The issues faced by the Jinxiu Yao ethnic group in the inheritance and dissemination of music

Firstly, there are issues related to funding and talent. The transmission of Jinxiu Yao music faces a shortage of financial resources, which complicates the collection and preservation of musical materials and restricts their dissemination and promotion. The lack of specialized personnel adversely affects the depth and breadth of its

inheritance. Secondly, there are challenges in promotion and dissemination. The methods employed for promotion and publicity are inadequate, failing to fully showcase and utilize the cultural values and characteristics; the effectiveness of dissemination through festivals, external recommendations, or social media is insufficient, limiting the reach and recognition of the works. Moreover, when selecting intangible cultural heritage projects for promotion, there is an emphasis on project initiation rather than on the utilization and development of these projects, with a lack of long-term planning and careful consideration, which diminishes the effectiveness of promotion. Thirdly, there are issues concerning education and training. There is insufficient education and training related to intangible cultural heritage within schools and communities, which hampers the cultivation of inheritors and teaching staff; there are relatively few teachers knowledgeable about Yao music in schools, resulting in inadequate dissemination of ethnic music education. Fourthly, there are problems related to cultural display and the creative transformation of projects. The regular display of intangible cultural heritage in county towns and scenic areas is insufficient, impacting visitors' and local residents' understanding and experience of intangible cultural heritage; the collected cultural materials lack dissemination and secondary creation, leading to a deficiency in the vibrancy of cultural resources. Fifthly, there are issues concerning government support and social awareness. The government's support for the inheritance and development of intangible cultural heritage is inadequate and requires specific measures to bolster its protection and transmission; the Yao community exhibits a lack of awareness regarding the importance of inheriting intangible cultural heritage, resulting in traditional music such as Yao songs being ineffectively transmitted. Lastly, there are other related issues. Traditional musical forms do not resonate with the interests of young people; the serious issue of the Yao language's decline necessitates collaborative efforts between families and cultural departments to foster an environment conducive to inheritance; the influence of the market economy leads young people to perceive traditional music as insufficient for their livelihood.

Discussion

In the context of new media, the dissemination of music culture among the Jinxiu Yao ethnic group has been transformed by globalization, transcending traditional methods. It now embraces modern technology and market mechanisms, embarking on a more open and diversified development path. This, in turn, presents an array of new possibilities and opportunities for the preservation and propagation of Jinxiu Yao musical heritage.

Under the neoclassical structural-functional theoretical framework, the structural evolution of Jinxiu Yao music culture—driven by dynamic interactions between intrinsic and extrinsic factors—has profoundly reconfigured its content, forms, and expressive modalities. The Chashan Yao subgroup's Xiangli Song exemplifies this transformation: while preserving its traditional essence as a love ballad featuring Yao linguistic tonality and six-degree melodic leaps within a triadic Gong-mode system, it has assimilated Han ethnic musical elements, notably the octave-jumping Zhi-mode techniques from the Han mountain song Fuxi Sisters Creating Humanity. This hybridization has birthed a novel style blending lyrical expressiveness with narrative depth. Further catalyzed by new media technologies, contemporary reinterpretations feature electronic harmonies and multilingual lyrics adapted as short video soundtracks on Douyin, achieving viral circulation (millions of views) that sustains core ethnic emotional communication while transcending cultural boundaries. Parallel structural adaptations are evident in the

Pan Yao subgroup's Shenpai Song, a Guangxi Intangible Cultural Heritage piece traditionally performed in Guilin dialect to recount migration epics. Under policy support and cultural tourism demands, it has evolved from oral ritual to staged performances integrating the biomechanical "twisting postures" of Long Drum Dance with modern lighting design. This metamorphosis not only amplifies the visual impact of historical narratives but also positions the art form as a flagship IP for Dayaoshan ecological tourism. Such structural transitions reveal that Jinxiu Yao music's evolution transcends mere formal updates, representing instead a synergistic interplay between ontological DNA (Yao tonal linguistics, Gong- mode systems) and exogenous structures (interethnic exchanges, digital ecosystems). The cultural functions have thus escalated from intra-ethnic spiritual sustenance to multifunctional social capital—simultaneously constructing cultural identity, generating economic value, and facilitating cross-civilizational dialogue.

The demand and functional changes of Jinxiu Yao music culture in modern society are mainly reflected in aspects such as cultural identity, cross- cultural communication, cultural innovation, and entertainment consumption. Taking the need for cultural innovation and development as an example, the author created the original guzheng ensemble piece "Dun E Du Du" based on the adaptation of Chaoshan Yao folk songs. This piece retains the stylistic features of Yao language singing, lively and joyful, while combining traditional ethnic music with modern music elements through modern technology and innovative means, creating music works with more contemporary characteristics and modern sensibilities.

Conclusion

As one of the ethnic minorities in China, the Yao ethnic group has a long history and rich cultural traditions, possessing characteristics of a world ethnic group. The Jinxiu Yao music, as a representative of Yao culture, is famous for its unique tones, rhythms, and melodies, containing diverse elements. It is not only a precious heritage of Yao culture, but also an important part of world cultural diversity. Against this background, this study takes the Jinxiu Yao ethnic group as an example to explore the dissemination and development of ethnic music culture. From the perspective of the new classical "structure-function theory", the dissemination and inheritance of Jinxiu Yao music culture are analyzed from three dimensions: ontological structure, external structure, and self-structure, in order to better understand, protect, and inherit ethnic music culture. Especially in the context of new media, through effective dissemination strategies, ethnic music cultures such as Yao can move out of the Guangxi, towards the whole country, and towards the world.

Suggestions

The study proposes an integrated " digitalized living inheritance + community- driven endogenous preservation" mechanism to address the dual crises of linguistic erosion and intergenerational transmission fragility in Jinxiu Yao folk music. By establishing a Yao Music Genome Archive employing 3D motion capture and AI vocal synthesis technologies, core cultural elements like Chashan Yao's love ballads "Xiangli Ge" and Ao Yao's millennium-old " Yellow Clay Drum Dance" can be digitally preserved with millimeter precision. Community- engaged revitalization strategies should synchronize with ritual calendars (Panwang Festival, Ordination rites) through

immersive exhibitions, enabling youth to experientially comprehend the migratory histories and spiritual cosmologies encoded in musical practices. Drawing inspiration from Hezhou University's successful integration of "Butterfly Song" into modern pedagogy, the development of "Virtual Song Hall" interactive platforms utilizing wearable AR technology could recreate traditional antiphonal singing scenarios, achieving symbiotic integration of technological empowerment and cultural revitalization.

A "cultural genome decoding + cross-genre innovation" pathway is recommended to counter musical homogenization pressures. Building upon Zhang Jijiao's (2020) cultural semiotics theory, this approach involves extracting Yao music's genetic codes (tri-tone sequences, gong-mode systems) for creative fusion with electronic music and hip-hop aesthetics. For instance, Pan Yao's UNESCO-listed epic "Shenpai Ge" could be reimaged as electronic folk narratives retaining historical consciousness while incorporating contemporary rhythms, accompanied by viral "Yao Sound Remix" challenges on Douyin to stimulate youth engagement. Strategic government partnerships with music streaming platforms should establish incubation funds supporting boundary-crossing collaborations (e.g., shamanic chants with symphonic arrangements), complemented by university courses cultivating hybrid talents versed in both traditional ethnomusicology and digital composition.

The research advocates a sustainable "cultural tourism + equitable benefit-sharing" model leveraging Jinxiu's musical diversity. Development of a "Greater Yaoshan Music Corridor" could feature themed routes highlighting five Yao subgroups' distinct traditions - from Chashan Yao "Xiangli Song Homestays" integrating textile crafts and antiphonal singing experiences, to Ao Yao's landscape-embedded "Yellow Clay Drum Epic Theater" dramatizing migration narratives. Establishing community cultural cooperatives would ensure tourism revenues proportionally support inheritors while enabling grassroots cultural entrepreneurship through livestream commerce and artisan markets. This model operationalizes Siqinchaoketu's (2022) Belt-and-Road cultural reciprocity principles, activating endogenous development while mitigating commercialization-induced authenticity erosion.

A reinforced "policy-institutional + educational" support ecosystem is crucial for systematic preservation. Local governments should mandate Yao music integration into compulsory curricula per Guangxi's Ethnic Education Regulations, developing bilingual (Yao-Chinese) textbooks employing situated learning methodologies. Classroom simulations of Ordination rites could pedagogically decode the syncopated rhythms and sacrificial symbolism in "Bridge-Building Chants". Interdisciplinary research hubs at institutions like Hubei Normal University should bridge ethnomusicological scholarship with community praxis, transforming academic findings into inheritor training programs. Concurrently, policy mechanisms must institute "ICH Inheritor Stipends" and "Youth Heritage Scholarships" to reverse rural brain drain, directly addressing Jia 's (2023) warnings about education-practice disjunctures.

Finally, a "global branding + regional synergy" strategy is proposed to elevate Jinxiu's status as the "World Yao Cultural Research Hub". Transnational Panwang Festivals co-hosted with Southeast Asian Yao communities (e.g., Thailand's Chiang Rai villages) could foster intercultural dialogue through comparative musical forums. Domestically, a "Yao Folk Music Alliance" across Guangxi-Hunan-Guangdong enclaves would standardize preservation protocols while sharing resources. Emulating Yunnan's "Impression Series", an international "Jinxiu Soundscapes" festival could convene global musicians for co-creation projects, with multiplatform multilingual dissemination through

YouTube/TikTok channels, propelling innovative works like electronic-remixed "Dun E Dudu" to global audiences. This strategic alignment with Wang (2021) digital globalization framework would simultaneously strengthen cultural sovereignty and international soft power.

References

- Hou, D. H. (2011). A Study of Eighteen Yao Ethnic Suona Wedding Music in Jinxiu County, Guangxi. *Chinese Music*, (3), 115-118.
- Jia, Y. (2023). Music Education and Cultural Inheritance in Ethnic Regions: A Review of Chinese Ethnic Minority Music Culture. *China Education Journal*, (6), 144.
- Jinxiu Yao Autonomous County Bureau of Statistics. (2021, June 10). Main Data Gazette of the Seventh National Population Census in Jinxiu Yao Autonomous County (2020). *Jinxiu Yao Autonomous County People's Government*. Retrieved from <http://www.jinxiu.gov.cn/xxgk/zfxxgk/fdzdgknr/sjfb/tjgb/t11101673.shtml>.
- Jinxiu Yao Autonomous County Ethnic & Religious Affairs Bureau. (2023, May 31). Yao Culture. *Jinxiu Yao Autonomous County People's Government*. Retrieved from <http://www.jinxiu.gov.cn/zjx/ftrq/t5766711.shtml>.
- Liu, Y. H. (2015). A Review of Yao Ethnic Music Research. *Northern Music*, (8).
- Shen, L. Q. (2019). A Study on Folk Belief Activities in Yao Ethnic Music Panwang Ge. *Guizhou Ethnic Studies*, (7), 117-121.
- Siqinchaoketu. (2022). *Characteristics and Pathways of Ethnic Musical Cultural Exchange under the Belt and Road Initiative*. *Journal of Ethnic Education Studies*, 9(4), 123-127.
- Wang, K. P. (2021). Research on Dissemination Strategies of Ethnic Musical Culture in the New Media Environment: A Review of Beijing Ethnic Music Research and Communication Base Academic Anthology. *Journalism Enthusiast*, (5), 99-100.
- Zhang, J. J. (2020). Re-Examining the "Traditional-Modern" Transformation of Cultural Heritage: Neoclassical "Structural-Functionalism". *Northwest Ethnic Studies*, (3), 178-189.
- Zhang, J. J., & Zhang, Y. (2024). Research on Haikou Traditional Ballads from the Perspective of Chinese Cultural Construction. *Journal of Hainan Normal University (Social Sciences Edition)*, 37(3), 121-131.
- Zhao, S. F. (2022). Development and Changes of Yao Wedding Music Culture in China and Southeast Asia: Case Studies from Hunan, Guangdong, Guangxi (China), Luang Namtha, Bokeo, Vientiane (Laos), and Chiang Rai (Thailand). *Chinese Music*, (6), 120-132.

Received: 19-01-2025

Revised: 14-03-2025

Accepted: 25-04-2025

สื่อสังคมออนไลน์ และ แชนวิซ เจนเนอเรชัน: แรงกดดัน ความรู้สึกด้อยค่า และการเยียวยาตนเอง

Social Media VS Sandwich Generation: Impression, Inferiority, and Mind Improvement

ธีรวัช เจนวัชรรัช*¹

Theethavat Janevatcharak

thyjey@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์ และ แชนวิซ เจนเนอเรชัน: แรงกดดัน ความรู้สึกด้อยค่า และการเยียวยาตนเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มคน แชนวิซ เจนเนอเรชัน (2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้สึกกดดันจากครอบครัวและการทำงาน กับระดับความรู้สึกด้อยค่าจากการเปรียบเทียบตนเองบนสื่อสังคมออนไลน์ และ (3) ศึกษาวิธีการเยียวยาความรู้สึกเชิงลบของกลุ่มคน แชนวิซ เจนเนอเรชัน เพื่อนำเสนอแนวทางปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล และส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 441 คน แบ่งได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ไม่มีภาวะแชนวิซ (81 คน) กลุ่มแชนวิซ 3 ชั้น (220 คน) กลุ่มแชนวิซมาตรฐาน (59 คน) และกลุ่มแชนวิซหน้าเดียว (81 คน) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัย เจนเนอเรชันวาย (25 – 44 ปี) ใช้สื่อเพชบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์หลัก โดยเข้าใช้เป็นประจำทุกวัน เฉลี่ยวันละ 30 นาที – 2 ชั่วโมง 2) การวิเคราะห์ข้อมูลพบความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.589$) ระหว่างแรงกดดันจากครอบครัว และแรงกดดันจากการทำงาน โดยกลุ่มแชนวิซสามชั้น แชนวิซมาตรฐาน และแชนวิซหน้าเดียว พบว่ามีแรงกดดันในการสนับสนุนการเงินมากกว่าแรงกดดันด้านการให้เวลาในการดูแลครอบครัว กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม มีแนวโน้มบริโภคและผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับการเป็นผู้มีสุขภาพจิตที่ดีในสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และมีแนวโน้มเปรียบเทียบทางสังคมในเชิงบวก กล่าวคือ รู้สึกเกิดแรงบันดาลใจมากที่สุดจากเนื้อหาประเภทความภาคภูมิใจเป้าหมาย และความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ระหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มในแง่ของระดับความรู้สึกเปรียบเทียบทางสังคม แต่เมื่อพิจารณาจากระดับรายได้ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทต่อเดือน มีแนวโน้มเกิดความรู้สึกการเปรียบเทียบเชิงบวกสูงสุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อเทียบกับกลุ่มรายได้อื่นๆ 3) วิธีการเยียวยาความรู้สึกเชิงลบจากการเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ใน 3 แนวทางหลัก คือ (1) ปรับเปลี่ยนการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication) (2) ลดการใช้สื่อออนไลน์ และหันไปทำกิจกรรมออฟไลน์ และ (3) เปลี่ยนแปลงประเภทเนื้อหาและแพลตฟอร์มที่เปิดรับ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการผลิตเนื้อหา

* Corresponding Author

¹ สถาบันการศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Institute of International Studies, Ramkhamhaeng University

ของให้อังค์กร หรือธุรกิจต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มแซนวิช เจนเนอเรชั่น ซึ่งสามารถทำให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจได้ รวมถึงสามารถเป็นแนวทางให้แก่กลุ่มแซนวิช เจนเนอเรชั่น ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาวะสุขภาพจิตได้ต่อไป

คำสำคัญ: แซนวิช เจนเนอเรชั่น, การเปรียบเทียบทางสังคม, สื่อสังคมออนไลน์, สุขภาพจิต, การเยียวยาตนเอง

Abstract

This research, Social Media vs. Sandwich Generation: Impression, Inferiority, and Mind Improvement, aimed to: (1) examine the social media behaviors of the sandwich generation, (2) analyze the correlations between family and work pressures and feelings of inferiority due to online social comparison, and (3) explore ways in which the sandwich generation copes with these feelings to provide recommendations for solutions, knowledge, and understanding.

A quantitative research approach was employed using survey methodology, with data collected through questionnaires. The dataset included 441 participants, categorized into four types of sandwich generation: 81 Non-Sandwiches, 220 Club Sandwiches, 59 Traditional Sandwiches, and 81 Open-Face Sandwiches. The data were analyzed using descriptive statistics, Pearson's correlation, One-Way ANOVA, and t-tests.

The findings revealed that most sandwich-generation respondents were Generation Y (ages 25–44), primarily using Facebook daily for an average of 30 minutes to 2 hours per day. A moderate correlation ($r = 0.589$) was found between family-related pressure and work-related pressure across all groups. Among Club Sandwich, Traditional Sandwich, and Open-Face Sandwich respondents, financial pressures were reported as more significant than time-related pressures in caregiving responsibilities. Regarding social media interactions, all groups most frequently engaged with psychological well-being content and experienced positive social comparison (assimilation) when exposed to self-esteem, goal-oriented, and ambition-related content. However, no statistically significant differences ($p > 0.05$) were found in social comparison levels across the groups. Instead, a significant difference was observed in social comparison feelings based on income level; individuals earning THB 45,001–60,000 per month reported the highest levels of positive social comparison compared to other income groups. To manage negative social comparison feelings, respondents identified three key strategies: (1) adjusting intrapersonal communication, (2) shifting from online to offline interactions, and (3) modifying content types and platforms used. The results can be employed as the content creation guideline for organizations or businesses aiming to inspire the Sandwich Generation. Moreover, the results can be employed by those Sandwich Generation to cope with the adjustments for their social media consumption to maintain their mental health in good condition.

Keywords: Sandwich Generation, Social Comparison, Social Media, Mental Health, Mind Improvement

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

Kotler, Kartajaya, and Setiawan (2021) ระบุถึงแนวคิดการแบ่งช่วงวัยที่แตกต่างกันในการตลาดปัจจุบันไว้ 5 ช่วง ได้แก่ ช่วงวัย Silent Generation คือผู้ที่เกิดในช่วงปี 1928 - 1945 ช่วงวัย Baby Boomers หรือ Gen B คือผู้ที่เกิดในช่วงปี 1946 - 1964 ช่วงวัย เจนเนอเรชั่น X คือผู้ที่เกิดในช่วงปี 1965 - 1980 ช่วงวัย เจนเนอเรชั่น Y หรือกลุ่ม Millennials คือผู้ที่เกิดในช่วงปี 1981 - 2000 และช่วงวัย เจนเนอเรชั่น Z คือผู้ที่เกิดในช่วงปี 2001 - 2012 แต่ขณะเดียวกัน ยังพบว่ามีแนวคิดการแบ่ง เจนเนอเรชั่นที่ใช้พฤติกรรมและวิถีชีวิตเป็นเกณฑ์โดยไม่คำนึงถึงช่วงอายุอีกด้วย เช่น เจนเนอเรชั่น C หมายถึง กลุ่มคนที่ให้ความสนใจกับเทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์ และอินเทอร์เน็ต (Dharmniti, 2020) Always-On Generation หมายถึง กลุ่มคนที่มีการพึ่งพาหน้าจอของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในระยะเวลามากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีการใช้งานหลายหน้าจอ ทั้งคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต รวมถึงโทรทัศน์ มีกิจกรรมหลายรูปแบบบนหลายอุปกรณ์ (Williams, & Sawyer, 2010) นอกจากนี้ ยังพบคำว่า “Sandwich Generation” ที่มีการ

ระบุไว้ครั้งแรกโดยนักสังคมสงเคราะห์ Dorothy A. Miller ตั้งแต่ปี 1981 โดยหมายถึงการแบ่งเจนเนอเรชันตามภาระหน้าที่รอบตัวอีกด้วย (Cheng, & Santos-Lozada, 2024; Khotwanta, 2022)

แรกเริ่ม Miller (1981) ได้ให้คำจำกัดความของ Sandwich Generation ว่าเป็นกลุ่มประชากรในช่วงอายุ 45 – 65 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่ต้องแบกรับครอบครัวที่ประกอบไปด้วยคน 4 รุ่น ได้แก่ รุ่นพ่อแม่ รุ่นตนเอง รุ่นลูก และรุ่นหลาน โดยในเวลาต่อมา คำจำกัดความของ Sandwich Generation ได้มีการเปลี่ยนแปลงไป จากการศึกษาพบว่าความหมายร่วมกันของ Sandwich Generation คือ กลุ่มคนที่ถูกบีบอัดจากการต้องดูแลครอบครัว ที่หมายถึงคนในรุ่นพ่อแม่ที่มีอายุมากกว่า 65 ปี ขึ้นไป และ/หรือ คนในรุ่นลูกที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี โดยแรงกดดันที่เกิดขึ้นมาจากทั้ง *ดูแลทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ (Financial Support) การดูแลหรือการให้ความช่วยเหลือ (Care) และการดูแลทางอารมณ์และจิตใจ (Emotional Support)* ให้แก่คนทั้งสองรุ่น (หรือมากกว่า) โดยสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทการดูแล คือ (1) *การดูแลด้วยกำลังทรัพย์ (Money Transfer)* และ (2) *การดูแลด้วยเวลา (Time Transfer)* ในขณะเดียวกันก็ต้องประคับประคองชีวิตด้านการงานในแต่ละวันของตนเองไปด้วย ทำให้ Sandwich Generation เป็นกลุ่มคนที่เปรียบเหมือนกับไส้ตรงกลางของแซนวิช ที่ถูกบีบอัดจากขมบ่งด้านบนซึ่งหมายถึงความกดดันที่ต้องดูแลรับผิดชอบคนในครอบครัว (รุ่นพ่อแม่) และขมบ่งด้านล่างคือการดูแลบุตร-คู่สมรส Sandwich Generation จึงต้องแบกรับทั้งภาระในการทำงาน และภาระทั้ง 3 ด้านคือ การดูแลเศรษฐกิจ การดูแลช่วยเหลือ และการดูแลจิตใจและอารมณ์ของทางครอบครัวไปพร้อมๆ กัน (Taylor, Parker, Patten, & Motel, 2013; Khotwanta, 2022; Cheng, & Santos-Lozada, 2024; Thairath Money, 2024)

ปรากฏการณ์ Sandwich Generation เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลก (Bangkokbiznews, 2022) จากการศึกษาผ่านสถิติในหลายแหล่งพบว่า กลุ่มคนในช่วง Sandwich Generation เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในประชากรสหรัฐอเมริกา โดยมีจำนวนราว 11 ล้านคน (Bergl, n.d.; Cheng, & Santos-Lozada, 2024) ซึ่งในแต่ละประเทศมีช่วงอายุของ Sandwich Generation ที่ต่างกันออกไป ในสหรัฐอเมริกาพบว่า เป็นกลุ่มคนช่วงอายุ 40 – 49 ปี ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์มีช่วงอายุของ Sandwich Generation อยู่ที่ 30 – 35 ปี ในประเทศอังกฤษเป็นกลุ่มคนในช่วงอายุ 45 – 54 ปี ในประเทศจีน คือกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุ 39 – 48 ปี ซึ่งเป็นประชากรรุ่นแรกภายใต้นโยบายการรณรงค์ให้มียุคเพียงคนเดียวของรัฐบาลจีนในอดีต จึงส่งผลให้ในปัจจุบันมีครอบครัวที่อยู่ในลักษณะ Sandwich Generation มากถึง 170 ล้านครัวเรือน (Thairath Money, 2024) ถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะยังไม่มีข้อมูลโดยตรงเกี่ยวกับช่วงอายุของ Sandwich Generation แต่จากสถิติพบว่าผู้มีงานทำส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 40 – 49 ปี ที่มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 23 ของผู้มีงานทำทั้งหมด ซึ่งข้อมูลด้านอายุที่แตกต่างกันดังกล่าวข้างต้น ทำให้คำจำกัดความของ Sandwich Generation ไม่ได้ถูกกำหนดด้วยช่วงอายุที่ชัดเจน แต่ขึ้นกับเงื่อนไขด้านการแบกรับภาระหลายทางดังที่ได้กล่าวไว้ นอกจากนี้ยังพบว่า แนวโน้มของการเกิด Sandwich Generation จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่มีช่วงอายุของคนที่อยู่ใน Sandwich Generation ที่ลดลงอีกด้วย (Thairath Money, 2024; Bangkokbiznews, 2022) นอกจากนี้ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ครอบครัวที่มีรายได้สูงกว่า มีแนวโน้มจะอยู่ในภาวะ Sandwich Generation มากกว่าครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่า กล่าวคือ มีเพียงร้อยละ 17 ของครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 เหรียญสหรัฐต่อปี ที่อยู่ในภาวะ Sandwich Generation ในขณะที่ครอบครัวที่มีรายได้ในช่วง 30,000 – 100,000 เหรียญสหรัฐต่อปี ร้อยละ 25 อยู่ในภาวะ Sandwich Generation (Taylor, Parker, Patten, & Motel, 2013)

ถึงแม้คำจำกัดความของ Sandwich Generation จะมีใจความเกี่ยวกับการแบกรับภาระรอบด้านเป็นหลัก แต่ก็ยังพบความแตกต่างของปริมาณภาระที่เกิดขึ้น ในปี 1992 นักหนังสือพิมพ์ Carol Abaya ได้ระบุถึงประเภทของ Sandwich Generation ที่แตกต่างกันตามปริมาณภาระไว้ ดังนี้ (Vonderohe, Friesen, & Brand, no date; Bangkokbiznews, 2022)

1. *แซนวิชมาตรฐาน (Traditional Sandwich)* คือ กลุ่มคนที่ถูกประกบจากภาระทั้งจากรุ่นพ่อแม่ที่ต้องการการดูแล และ/หรือ ความช่วยเหลืออยู่ รวมทั้งภาระจากรุ่นลูก-คู่สมรส ในขณะที่ตนเองมีภาระในเรื่องการงาน โดยร้อยละ 43 ของชาวอเมริกันที่มีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 100,000 เหรียญสหรัฐขึ้นไป อยู่ภายใต้เงื่อนไขนี้ (Taylor, Parker, Patten, & Motel, 2013)

2. *คลับแซนวิช (Club Sandwich) หรือ แซนวิชสามชั้น (Triple-Decker Sandwich)* คือ กลุ่มคนในช่วงอายุ 50 – 60 ที่ถูกประกบทั้งจากรุ่นพ่อแม่ รุ่นลูกที่โตแล้ว และรุ่นหลาน หรือกลุ่มคนในช่วงอายุ 30 – 40 ที่ถูกประกบจากรุ่นปู่ย่าตายาย รุ่นพ่อแม่ และรุ่นลูก ตัวอย่างเช่น การที่คนในวัย 60 ปี ต้องช่วยดูแลคนรุ่นหลานเพื่อให้คนรุ่นลูกสามารถไปทำงานได้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องดูแลรุ่นพ่อแม่ของตนเองด้วย
3. *แซนวิชเปิดหน้า (Open Face Sandwich)* คือ กลุ่มคนที่รับภาระในครอบครัวเพียงทางเดียว (ในที่นี้คือการดูแลผู้สูงอายุ) และมีภาระเรื่องการทำงาน

ด้วยแรงกดดันจากรอบด้าน สามารถนำไปสู่ความเครียด ความกังวล ความไม่พึงพอใจ ความผิดหวัง การสูญเสียความเป็นอิสระ ขาดสมดุลในชีวิตการทำงานและครอบครัว ไม่ถึงเป้าหมายในชีวิตของตนเอง รวมไปถึงการไม่สามารถมองเห็นการมาถึงของ “เวลาแห่งความสำเร็จของตนเอง” ในกลุ่ม Sandwich Generation ได้ (Vonderohe, Friesen, & Brand, no date; Bangkokbiznews, 2022) นอกจากนี้ยังส่งผลถึงความเครียดจากบทบาทของตนเอง (Role Strain) และความสุขของตนเองด้วย อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Cheng and Santos-Lozada (2024) กลับพบว่าเมื่อเปรียบเทียบสภาวะความเครียดรุนแรง (SPD – Severe Psychological Distress) ระหว่างกลุ่มที่อยู่ในภาวะ Sandwich Generation และกลุ่มที่ไม่ได้อยู่ในภาวะเดียวกัน ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านนี้ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาวะ Sandwich Generation ที่ต้องดูแลคนในครอบครัวด้วยการให้เวลา (Time Transfer) มีระดับสภาวะความเครียดรุนแรงสูงกว่ากลุ่ม Sandwich Generation ที่ดูแลคนในครอบครัวด้วยการให้กำลังทรัพย์ (Money Transfer) ถึง 2 เท่าตัว

ในด้านของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในยุคดิจิทัล Chaffey (2024) ระบุว่า ผู้คนเกินครึ่งของประชากรโลก (ร้อยละ 62.6) มีการสื่อสารโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันอยู่ที่ 2.20 ชั่วโมง ซึ่งเฟซบุ๊ก (Facebook) ยังคงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุด โดยมีกลุ่มที่ใช้ชานมากที่สุดคือ Baby Boomers, เจนเนอเรชั่น X และ เจนเนอเรชั่น Y รองลงมาคือยูทูบ (Youtube) ที่เป็นที่ยอมรับสำหรับทุก เจนเนอเรชั่น และอินสตาแกรม (Instagram) เป็นอันดับสาม นอกจากนี้ยังพบข้อมูลที่น่าสนใจคือ ในกลุ่ม เจนเนอเรชั่น X มีการใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับแรกในสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด รองลงมาเป็นทวิตเตอร์ และอินสตาแกรมตามลำดับ ในขณะที่กลุ่ม เจนเนอเรชั่น Y ใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นอินสตาแกรม และไบท์แดนซ์ (Bytedance) ตามลำดับ ซึ่งลักษณะร่วมของสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ คือการเปิดให้มีการสื่อสารเนื้อหาสาธารณะที่ถูกสร้างขึ้นจากผู้ใช้งาน หรือ User Generated Content (UGC) รวมถึงการทำให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานด้วยกันได้ (Looy, 2016) ด้วยเหตุนี้ สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้งานทั้งสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเป็นพื้นที่ให้ผู้ใช้งานได้นำเสนอตัวตน (Self-Expression) ได้ในเวลาเดียวกัน (U.S. Public Health Service, 2023)

ในการนำเสนอตัวตนของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีการใช้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เหล่านั้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Image Building) ให้แก่ตนเองในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง (Looy, 2016) โดยจากงานวิจัยพบว่า เนื้อหาการนำเสนอตนเองส่วนใหญ่ในสื่อสังคมออนไลน์ แบ่งออกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ *รูปลักษณ์ของตนเอง (Body Image)* *ความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ (Subjective Well-Being)* *การมีสุขภาพจิตที่ดี (Psychological Well-Being)* *ความภูมิใจในตนเอง (Self Esteem)* และ *ความต้องการเป็น/มี/ได้รับความสำเร็จอย่างผู้อื่น (Envy)* (McComb, Vanman, & Tobin, 2023) ทำให้ผู้ใช้งานต้องพบกับเนื้อหาที่ผ่านการเลือกมาอย่างดี รวมถึงการนำเสนอตนเองของผู้ใช้งานคนอื่นที่ถูกสร้าง (หรือเลือกมา) ให้เป็นไปตามอุดมคติ จนกลายเป็นจุดเริ่มต้นของ *การเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison)* ที่เป็นการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาต่างๆ ที่ผ่านการเลือกมาแล้วของผู้ใช้งานคนอื่นๆ รวมถึงการนำเสนอความรู้สึกต่างๆ ลงในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้พื้นที่สังคมออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ *ความรู้สึก “ด้อยค่า”* ตนเอง (Inferiority-Related Data) ของผู้ใช้งานได้ (McComb, Vanman, & Tobin, 2023; Liu, Xu, Kuai, Deng, Wang, & Luo, 2022)

Festinger (1954) ระบุเกี่ยวกับแนวคิดการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) ว่า มนุษย์มีแรงขับเคลื่อนภายในที่ต้องการจะเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นเพื่อสร้างการประเมินที่ถูกต้องในความเป็นตนเอง (Accurate Self-Appraisals) ผ่านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตนเอง เช่น ความสามารถ ความสำเร็จ ทักษะ และรูปลักษณ์ทางกายภาพ โดยมนุษย์จะเลือกวิธีการที่เป็นวัตถุวิสัย และไม่ข้องเกี่ยวกับสังคมในการประเมินตนเองก่อน แต่หากข้อมูลที่เป็นวัตถุวิสัยเหล่านั้นไม่ชัดเจน มนุษย์จะเลือกเปรียบเทียบตนเองกับบุคคลอื่น ซึ่งการเปรียบเทียบทางสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์นี้สามารถเกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ (1) *การเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าเป็นดีกว่าตน (Upward Comparison)* ที่สามารถก่อให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจ แต่โดยทั่วไปมักก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงลบ เช่น ความอิจฉา ความว้าวุ่นใจ ความขุ่นเคืองใจ หรือความรู้สึกเศร้าหมองในใจ ซึ่งเป็นการทำให้เกิดความรู้สึกด้อยค่าในการประเมินตนเอง (Lowered Self-Evaluation) ที่มักเป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าเป็นดีกว่าตน ในขณะที่ (2) *การเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าเป็นด้อยกว่าตน (Downward Comparison)* ที่มักนำไปสู่ความรู้สึกในเชิงบวกต่อตนเอง (McComb, Vanman, & Tobin, 2023; Jan, Soomro, & Ahmad, 2017)

งานวิจัยหลายชิ้นพบการเชื่อมโยงกันระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกับความรู้สึกเชิงลบ และด้อยค่าตัวเองในด้านต่างๆ ของผู้ใช้งาน U.S. Public Health Service (2023) ระบุว่า เด็กนักเรียนระดับชั้นเกรด 8 และ 10 (มัธยมศึกษาปีที่ 2 และ 4) มีค่าเฉลี่ยในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประมาณ 3.5 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของความรู้สึกซึมเศร้า (Depression) และความว้าวุ่นใจ (Anxiety) นอกจากนี้ รายงานยังระบุว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากขึ้น ส่งผลต่อการนอนหลับที่มีคุณภาพแย่ลง การประสบความรุนแรงในโลกออนไลน์ การไม่พอใจในรูปลักษณ์ของตนเองที่อาจนำไปสู่พฤติกรรมการรับประทานที่ผิดปกติ ความมั่นใจในตนเองลดลง และความรู้สึกซึมเศร้าที่เพิ่มขึ้นในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jan, Soomro, and Ahmad (2017) ที่ระบุว่า ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมีความเชื่ออย่างมากว่า ผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่ตนเองไม่ได้รู้จักในโลกความเป็นจริงนั้น มีความเป็นอยู่ที่ดี มีความสุข และมีฐานะที่ร่ำรวยกว่าตนเอง โดยพบว่าร้อยละ 88 ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมีการเปรียบเทียบทางสังคม และร้อยละ 98 ของทั้งหมดมีการเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าเป็นดีกว่าตน (Upward Comparison) ซึ่งปริมาณการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากขึ้น ส่งผลต่อความมั่นใจในตนเองที่ลดลงของผู้ใช้งาน นอกจากนี้เฟซบุ๊กแล้ว การใช้งานอินสตาแกรมยังนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของระดับความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ของตนเองอีกด้วย และยังพบปัจจัยอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการเปรียบเทียบทางสังคมที่แตกต่างกัน ได้แก่ ผู้ใช้งานที่มีอายุน้อยกว่ามีการเปรียบเทียบทางสังคมที่มากกว่า เพศหญิงมีแนวโน้มในการเปรียบเทียบทางสังคมสูงกว่าเพศชาย ซึ่งการเปรียบเทียบทางสังคมที่เกิดขึ้นจากสื่อสังคมออนไลน์มักเกี่ยวข้องกับ (1) *รูปลักษณ์และความน่าดึงดูด (Appearance/Attractiveness)* (2) *ความมีชื่อเสียงและความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Popularity/Friendship)* และ (3) *การใช้ชีวิตและกิจกรรมในชีวิต (Lifestyle/Activities)* (McComb, Vanman, & Tobin, 2023) นอกจากนี้ Zhang, Li, Sun, Peng, & Li (2021) พบว่า ภายใต้สถานการณ์ความตึงเครียดในการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ผู้ใช้งานสังคมออนไลน์ที่มีอายุน้อยกว่า และปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มากกว่า ส่งผลต่อระดับความเครียดทางจิตวิทยามากกว่าด้วย

จากแนวโน้มจำนวน Sandwich Generation ที่เพิ่มมากขึ้นในขณะนี้ซึ่งอายุลดลง ภาวะความกดดันจากทั้งด้านการงาน ด้านเศรษฐกิจ และครอบครัวของกลุ่มคนใน Sandwich Generation ส่งผลต่อการขาดสมดุลในชีวิต และส่งผลต่อความเครียด ความกังวล การสูญเสียตัวตนและเป้าหมายในชีวิต ซึ่งเมื่อคนกลุ่มนี้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ก็อาจส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบทางสังคมในระดับต่างๆ จากการศึกษาในบริบทของประเทศไทยพบว่า ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา โอกาสที่คนไทยจะสามารถขยับรายได้ หรือสามารถเลื่อนสถานะทางสังคมเป็นไปได้ยากขึ้น โดยฐานะทางการเงินของคนในรุ่นปัจจุบันยังขึ้นอยู่กับครอบครัวค่อนข้างมาก Sandwich Generation ในประเทศไทยต้องเผชิญกับภาระการงานที่ต้องก้าวหน้า ในขณะที่วัยคนรุ่นพ่อแม่ก็มีอายุน้อยมากขึ้น ทำให้เกิดเป็นแรงกดดันทั้งภาระการเงินและการแบ่งเวลาให้คนในครอบครัว จนสามารถเกิดเป็นภาวะเครียดตามมาได้ (Bangkokbiznews, 2024) ซึ่งนอกจากภาวะเครียดอันเกิดจากการแบกรับภาระรอบด้านทั้งการทำงานและครอบครัว การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไปจนความพอดี โดยจากสถิติพบว่า คนไทยมีการใช้เฟซบุ๊กมากถึงร้อยละ 91.5 มีการใช้งานสูงถึงเฉลี่ยเดือนละ 24 ชั่วโมง 2 นาที (คิดเฉลี่ยวันละ

ประมาณ 48 นาที) รองจากยูทูบ (41 ชั่วโมง 28 นาที) และติ๊กต็อก (38 ชั่วโมง 16 นาที) (Chinda, 2024) ยังสามารถส่งผลต่อสุขภาพจิตของผู้ใช้งานได้เช่นกัน โดยภาวะซึมเศร้าจากการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook Depression Syndrome) เป็นหนึ่งในอาการทางจิตเวชที่พบได้จากผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เมื่อผู้ใช้งานทำให้สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สำหรับสื่อสารความจริงเสมือน (Artificial Reality) โดยเลือกนำเสนอเพียงเรื่องราวดีๆ และเก็บเรื่องราวที่ไม่ดีออกไปจากพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อทำให้เกิดการสร้าง “ภาพลักษณ์ที่ดี” ของตนเองในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้ใช้งานพบเห็นเพียงแต่ชีวิตที่มีความสมบูรณ์แบบของผู้ใช้งานคนอื่น จนเกิดเป็นการเปรียบเทียบกับชีวิตตนเองและนำไปสู่ภาวะซึมเศร้าจากเฟซบุ๊กตามมา (Sikarin Hospital, n.d.; Looy, 2016) ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับ Facebook Depression Syndrome นี้ มีการระบุไว้ถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก (Kiatrungrit, 2017) ได้แก่

1. มีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความจริงที่เป็นสุข หรือการมีความสุขของผู้ใช้งานคนอื่นๆ ในเฟซบุ๊ก
2. การตกเป็นเหยื่อทางอารมณ์จากการนำเสนอกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้ใช้งานคนอื่นๆ
3. มักมีการเปรียบเทียบชีวิตของตนเองกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ อยู่เสมอ
4. มักเปลี่ยนรูปโปรไฟล์ของตนเองเพื่อเรียกร้องความสนใจ
5. รู้สึกกระวนกระวายเมื่อไม่สามารถโพสต์ข้อมูลข่าวสารของตนเองได้ตามปกติ
6. มักมีการสื่อสารข้อความหรือเนื้อหาที่มีความตึงเครียด เช่น ข้อความคำคม หรือความตลกขบขัน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ระบุว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ตนเองในทุกๆ ด้านอยู่ในระดับสูง และการให้ความสนใจภาพลักษณ์ของบุคคลอื่นในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง (Ansongkhram, 2015) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ยังมีพฤติกรรมการให้ความสนใจภาพลักษณ์ของผู้ใช้งานคนอื่นอยู่ด้วย รองจากการให้ความสนใจภาพลักษณ์ของตนเองที่ปรากฏในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ที่ตนเองมีการใช้งาน

ถึงแม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับ Sandwich Generation ในบริบทตะวันตกและประเทศต่างๆ อยู่บ้าง แต่การศึกษาเกี่ยวกับ Sandwich Generation ภายใตบริบทของสังคมไทยที่เชื่อมโยงระหว่างภาวะการเป็น Sandwich Generation และพฤติกรรมการเปรียบเทียบกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ยังมีอยู่ค่อนข้างน้อย งานวิจัยชิ้นนี้จึงจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มคน Sandwich Generation (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้สึกกดดันของกลุ่มคน Sandwich Generation ต่อระดับความรู้สึกกดดันในการทำงาน และระดับความรู้สึกเปรียบเทียบทางสังคมจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และ (3) เพื่อศึกษาวิธีการเยียวยาความรู้สึกตนเองของกลุ่มคน Sandwich Generation เพื่อจัดทำเป็นแนวทางหรือข้อเสนอเพื่อการแก้ไข ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์สำหรับกลุ่มคน Sandwich Generation ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มคน Sandwich Generation
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้สึกกดดันของกลุ่มคน Sandwich Generation ต่อระดับความรู้สึกกดดันจากหน้าที่การงาน และความแตกต่างกันของระดับความรู้สึกต่อค่าตนเองจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์
3. เพื่อศึกษาวิธีการเยียวยาความรู้สึกตนเองของกลุ่มคน Sandwich Generation

วิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ มีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ประกอบด้วยการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้านลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความรู้สึกกดดัน และความรู้สึกต่อค่าตนเองจากการใช้งานสื่อ

สังคมออนไลน์ และใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Open-End Questionnaires) เพื่อสอบถามถึงวิธีการเยียวยาความรู้สึกตนเองเมื่อเกิด การเปรียบเทียบกับเนื้อหาที่พบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้มีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ซึ่งมีจำนวนประชากรราว 39.79 ล้านคน และกลุ่มหลักของประชากรวัยทำงานมีอายุต่ำกว่า 35 ปี (Thailand Board of Investment, 2024) โดยเมื่อคำนวณ กลุ่มตัวอย่างตามวิธีการคิดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณไม่น้อยกว่า 400 คน ใน ส่วนของการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการวาง Link ของแบบสำรวจตามกลุ่มทางสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มคนเรียนปริญญาโท กลุ่มสมัครงาน งานประจำ กลุ่มแชร์ความรู้พัฒนาตนเอง เป็นต้น โดยมีเป้าหมายหลักคือกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงาน และรับแรงกดดันจากทั้งการทำงานและครอบครัว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 - ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลในลักษณะการเลือกตอบได้คำตอบเดียว

ตอนที่ 2 - พฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลในลักษณะการเลือกตอบได้คำตอบเดียว

ตอนที่ 3 - ความรู้สึกกดดันในด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลในรูปแบบ Likert Scale 5 ระดับ (0 ถึง 4)

ตอนที่ 4 - ความรู้สึกด้อยค่าตนเองจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เก็บข้อมูลในรูปแบบ Bipolar Scale 7 ระดับ (-3 ถึง 3)

ตอนที่ 5 - วิธีการเยียวยาความรู้สึกตนเองของกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลในลักษณะการตอบแบบอิสระ

ทั้งนี้ แบบสอบถามในงานวิจัยนี้ จะได้รับการตรวจสอบความตรง (Validity) ผ่านการประเมิน IOC จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และในแต่ละข้อคำถามจะต้องได้คะแนน IOC ไม่น้อยกว่า 0.6 ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลวิจัย

การเก็บข้อมูล ในขั้นแรก ผู้วิจัยออกแบบและตรวจสอบแบบสอบถาม จากนั้นดำเนินการทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ ผ่านเครื่องมือสร้างแบบสอบถามสำเร็จรูป tally.so และสร้าง Link ที่เป็นสาธารณะให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงได้ เพื่อเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม โดยงานวิจัยนี้ กำหนดให้มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 6 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - เดือน ธันวาคม 2567

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และอื่นๆ วิธีการทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบค่าที (t-test) รายคู่ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มประเภท Sandwich Generation และระดับความรู้สึก เปรียบเทียบตนเองจากสื่อสังคมออนไลน์ และระดับรายได้ต่อเดือนกับระดับความรู้สึกเปรียบเทียบตนเองจากสื่อสังคมออนไลน์ และการ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlations) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกกดดันจาก ครอบครัวและจากการทำงาน โดยมีการนำเสนอในรูปแบบความเรียง แผนภาพ แผนภูมิ หรือตารางที่เหมาะสมต่อไป

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์ และแซนด์วิชเจนเนอเรชั่น: แรงกดดัน ความรู้สึกด้อยค่า และการเยียวยาตัวเอง เก็บข้อมูลด้วย ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านเครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลช่วงเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2567 โดยมีกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 441 คน ($n = 441$) มีลักษณะทางประชากรดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศชาย 149 คน (ร้อยละ 33.78) เพศหญิง 278 คน (ร้อยละ 63.03) และไม่ ต้องการระบุเพศ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 3.17) มีช่วงปีเกิดในเจนเนอเรชั่น Baby Boomers (ระหว่างปี 1946 – 1964) จำนวน 12 คน

(ร้อยละ 2.72) เจนเนอเรชั่น X (ระหว่างปี 1965 – 1980) จำนวน 163 คน (ร้อยละ 36.96) และมากที่สุดคือเจนเนอเรชั่น Y (ระหว่างปี 1981 – 2000) จำนวน 266 คน (ร้อยละ 60.32) โดยมีระดับรายได้ต่อเดือนที่ 15,000 บาทหรือต่ำกว่า จำนวน 29 คน (ร้อยละ 6.58) 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 147 คน (ร้อยละ 33.33) 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 98 คน (ร้อยละ 22.22) 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 69 คน (ร้อยละ 15.65) 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 33 คน (ร้อยละ 7.48) และ 75,001 บาทขึ้นไป จำนวน 65 คน (ร้อยละ 14.74)

กลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.36) ปวช. ปวส. หรือ อนุปริญญา จำนวน 12 คน (ร้อยละ 2.72) ระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน (ร้อยละ 38.10) ระดับปริญญาโท จำนวน 204 คน (ร้อยละ 46.26) และระดับปริญญาเอก จำนวน 51 คน (ร้อยละ 11.56) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างระบุสถานภาพทางการสมรส ดังนี้ โสด จำนวน 146 คน (ร้อยละ 33.11) สมรส จำนวน 173 คน (ร้อยละ 39.23) มีคนรัก (แฟน) จำนวน 98 คน (ร้อยละ 22.22) อยู่ด้วยกันแต่ยังไม่ได้สมรส จำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.08) และหย่าร้าง จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.36) สำหรับลักษณะการอยู่อาศัย กลุ่มตัวอย่างระบุว่า ตนเองมีการอยู่อาศัยโดยลำพังจำนวน 144 คน (ร้อยละ 32.65) อยู่อาศัยกับพ่อแม่ จำนวน 101 คน (ร้อยละ 22.90) อยู่อาศัยกับ คู่ครอง และ/หรือบุตร จำนวน 109 คน (ร้อยละ 24.71) และอยู่อาศัยแบบครอบครัวขยายที่มีคนหลายรุ่น จำนวน 87 คน (ร้อยละ 19.72) กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบอาชีพของตนเองว่าเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 41 คน (ร้อยละ 9.29) พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 126 คน (ร้อยละ 28.57) ผู้บริหารองค์กรเอกชน จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.36) พนักงานของรัฐ หรือข้าราชการ จำนวน 201 คน (ร้อยละ 45.58) ผู้บริหารในองค์กรของรัฐ จำนวน 26 คน (ร้อยละ 5.90) และดำเนินธุรกิจครอบครัว จำนวน 41 คน (ร้อยละ 9.29) โดยลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแจกแจงได้ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแจกแจงรายละเอียดลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 441 คน (n = 441)

กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม 441 คน		ชาย	หญิง	ไม่ระบุเพศ
		149 (33.78%)	278 (63.03%)	14 (3.17%)
เจนเนอเรชั่น	Baby Boomers (1946 – 1964)	3	9	-
	เจนเนอเรชั่น X (1965 – 1980)	60	101	2
	เจนเนอเรชั่น Y (1981 – 2000)	86	168	12
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15,000 บาทหรือต่ำกว่า	9	20	-
	15,001 – 30,000 บาท	18	120	9
	30,001 – 45,000 บาท	56	39	3
	45,001 – 60,000 บาท	18	51	-
	60,001 – 75,000 บาท	18	15	-
	มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	30	33	2
ระดับการศึกษาสูงสุด	มัธยมศึกษาตอนปลาย	-	6	-
	ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา	6	3	3
	ปริญญาตรี	54	108	6
	ปริญญาโท	62	137	5
	ปริญญาเอก	27	24	-
สถานภาพการสมรส	โสด	56	87	3
	สมรส	51	122	-
	มีคนรัก (แฟน)	30	57	11

กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม 441 คน		ชาย	หญิง	ไม่ระบุเพศ
		149 (33.78%)	278 (63.03%)	14 (3.17%)
	อยู่ด้วยกันแต่ยังไม่ไดสมรส	9	9	-
	หย่าร้าง	3	3	-
รูปแบบการพักอาศัย	อาศัยโดยลำพัง	39	99	6
	อาศัยกับพ่อแม่	47	48	6
	อาศัยกับคู่ครอง และ/หรือลูก	39	68	2
	อาศัยในครอบครัวขยายที่มีคนหลายรุ่น	24	63	-
อาชีพ	เจ้าของกิจการ	5	36	-
	พนักงานบริษัทเอกชน	57	63	6
	ผู้บริหารองค์กรเอกชน	3	3	-
	พนักงานของรัฐ / ข้าราชการ	60	135	6
	ผู้บริหารองค์กรของรัฐ	9	15	2
	ดำเนินธุรกิจของครอบครัว	15	26	-

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 441 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างระบุสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานมากที่สุดในชีวิตประจำวันเรียงตามลำดับ คือ เฟซบุ๊ก จำนวน 252 คน (ร้อยละ 57.14) ยูทูบ จำนวน 60 คน (ร้อยละ 13.61) อินสตาแกรม จำนวน 54 คน (12.24) ทวิตเตอร์ จำนวน 48 คน (10.88) ทวิตเตอร์หรือเอ็กซ์ จำนวน 21 คน (ร้อยละ 4.76) และ เลมอน เอท (Lemon8) จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.36)

กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวัน อยู่ที่น้อยกว่า 30 นาที จำนวน 24 คน (ร้อยละ 5.44) 30 นาที – 2 ชั่วโมง จำนวน 197 คน (ร้อยละ 44.67) 2 – 4 ชั่วโมง จำนวน 114 คน (ร้อยละ 25.85) 4 – 6 ชั่วโมง จำนวน 56 คน (ร้อยละ 12.70) และมากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 50 คน (ร้อยละ 11.34) นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างระบุความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวัน จำนวน 414 คน (ร้อยละ 93.88) 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 15 คน (ร้อยละ 3.40) 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.36) 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ และเฉลี่ยน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ อย่างละ 3 คน (ร้อยละ 0.68) โดยพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแจกแจงได้ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางแจกแจงรายละเอียดพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 441 คน (n = 441)

กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม 441 คน		ชาย	หญิง	ไม่ระบุเพศ
		149 (33.78%)	278 (63.03%)	14 (3.17%)
สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงสูงสุด	เฟซบุ๊ก	104	143	5
	ยูทูบ	30	30	-
	อินสตาแกรม	9	36	9
	ติ๊กต็อก	6	42	-
	ทวิตเตอร์ (เอ็กซ์)	-	21	-
	เลมอนเอท	-	6	-
ระยะเวลาใช้งาน	น้อยกว่า 30 นาทีต่อวัน	6	18	-
	30 นาที – 2 ชั่วโมง ต่อวัน	93	102	2
	2 – 4 ชั่วโมง ต่อวัน	24	84	6
	4 – 6 ชั่วโมง ต่อวัน	8	42	6
	มากกว่า 6 ชั่วโมง ต่อวัน	18	32	-
ความถี่ในการใช้งาน	เป็นประจำทุกวัน	140	260	14
	5 – 6 วัน ต่อสัปดาห์	6	9	-
	3 – 4 วัน ต่อสัปดาห์	3	3	-
	1 – 2 วัน ต่อสัปดาห์	-	3	-
	เฉลี่ยน้อยกว่า 1 วัน ต่อสัปดาห์	-	3	-

ในความเป็นตัวแทนของประชากรจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 441 คน (n = 441) พบว่า อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y มากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และกลุ่ม Baby Boomers ซึ่งเป็นไปตามจำนวนประชากรในแต่ละช่วงเจนเนอเรชั่นในประเทศไทย (สถิติปี 2567) โดยมีจำนวนประชากรที่อยู่ในช่วงเจนเนอเรชั่น Y จำนวน 18,798,577 คน รองลงมาคือประชากรในช่วงเจนเนอเรชั่น X จำนวน 15,929,772 คน และจำนวนประชากรในเจนเนอเรชั่น Baby Boomers จำนวน 10,748,998 คน (The Bureau of Registration Administration, 2024) ทั้งนี้ จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามเจนเนอเรชั่นยังไม่สอดคล้องกับสัดส่วนของกลุ่มประชากรรายได้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาทมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสถิติรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนอยู่ที่ 29,030 บาท โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากการทำงาน (National Statistical Office, 2023) ระดับการศึกษาในระดับปริญญาโท สถานภาพสมรส มีการพักอาศัยโดยลำพัง และมีอาชีพพนักงานของรัฐ / ข้าราชการมากที่สุด ในเชิงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีการใช้เฟซบุ๊กเป็นส่วนใหญ่ มีการใช้งานเป็นประจำทุกวัน ในช่วงระยะเวลา 30 นาที – 2 ชั่วโมง สอดคล้องกับสถิติการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Chinda, 2024) ที่พบว่าคนไทยมีการใช้งานเฟซบุ๊กโดยเฉลี่ยประมาณ 24 ชั่วโมง 2 นาที ต่อเดือน หรือคิดเป็นประมาณ 48 นาทีต่อวัน

ภาวะความเป็น Sandwich Generation และระดับความรู้สึกกดดันจากครอบครัว และการงาน

กลุ่มตัวอย่างระบุความรู้สึกกดดันในรูปแบบ Likert Scale 5 ระดับ จาก 0 (ไม่รู้สึกกดดันเลย) – 4 (รู้สึกกดดันมากที่สุด) จากภาระด้านการงาน และการดูแลครอบครัวใน 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) ด้านเศรษฐกิจ (2) ด้านการดูแลทางกายภาพ และ (3) ด้านการดูแลทางอารมณ์ ตามแนวคิดการแบกรับภาระของกลุ่มคน Sandwich Generation (Cheng, & Santos-Lozada, 2024) โดยหมายถึงการต้องดูแลคนในครอบครัวมากถึง 3 เจนเนอเรชั่น ได้แก่ (1) คู่สมรส และบุตร (2) คนรุ่นพ่อแม่ทั้งของตนเองและคู่สมรส และ (3) คนรุ่น

ปู่ย่าตายายทั้งของตนเองและคู่สมรส เพื่อจำแนกเป็นภาวะความเป็น Sandwich Generation ที่ต่างกัน 3 แบบ คือ (Vonderohe, Friesen, & Brand, no date)

1. **แซนวิชมาตรฐาน (Traditional Sandwich)** คือ กลุ่มคนที่ถูกประกบจากภาระทั้ง 2 รุ่น คือ รุ่นพ่อแม่ทั้งของตนเองและคู่สมรส และจากคู่สมรสและบุตร
2. **คลับแซนวิช (Club Sandwich) หรือ แซนวิชสามชั้น (Triple-Decker Sandwich)** คือ กลุ่มคนที่ถูกประกบจากภาระ 3 รุ่น คือ รุ่นพ่อแม่ทั้งของตนเองและคู่สมรส รุ่นปู่ย่าตายายทั้งของตนเองและคู่สมรส และจากคู่สมรสและบุตร
3. **แซนวิชเปิดหน้า (Open Face Sandwich)** คือ กลุ่มคนที่รับภาระในครอบครัวเพียงทางเดียว (ในที่นี้คือการดูแลผู้สูงอายุ) และมีภาระเรื่องการทำงาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 441 คน สามารถจำแนกออกตามภาวะ Sandwich Generation ได้เป็น 4 กลุ่ม ตามความรู้สึกกดดันจากภาระทั้งการทำงานและครอบครัว ดังแสดงในตารางที่ 3

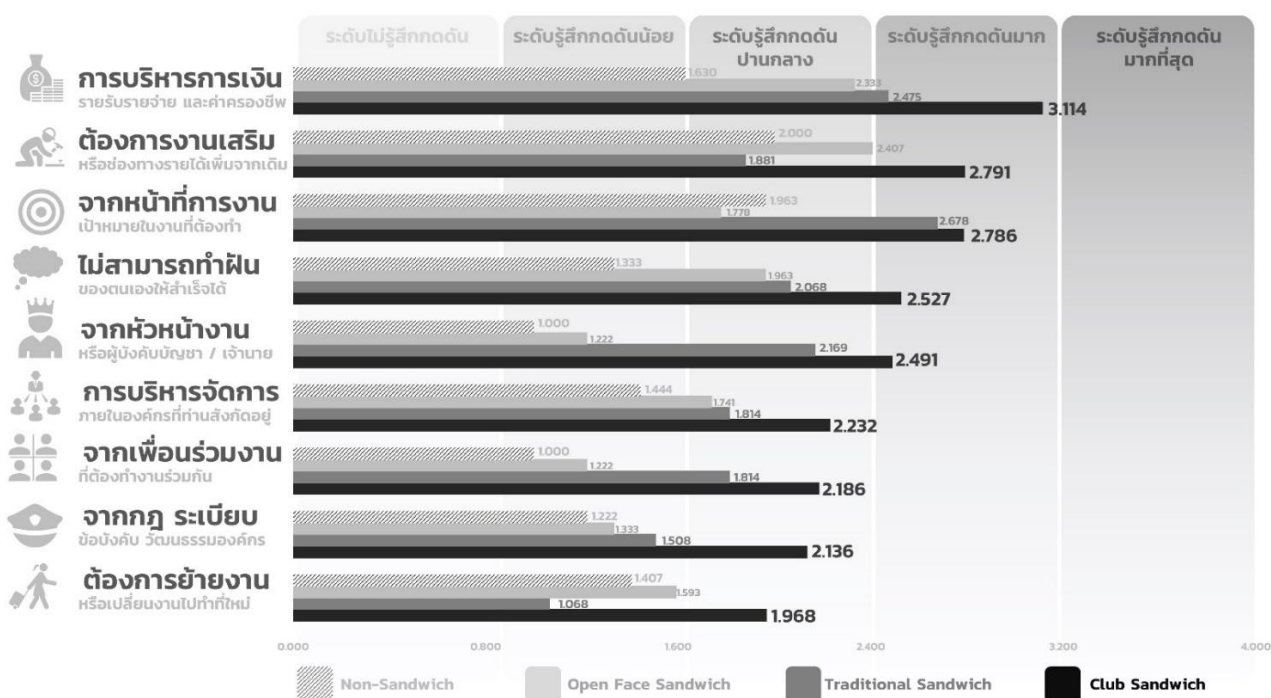
ตารางที่ 3 ตารางแสดงภาวะความเป็น Sandwich Generation ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 441 คน

(● พบผลระดับความรู้สึกกดดันเฉลี่ย มากกว่า 0.00)

ความรู้สึกกดดัน	Non-Sandwich n = 81	Club Sandwich n = 220	Traditional Sandwich n = 59			Open Face Sandwich n = 81		
หน้าที่การงาน	●	●	●	●	●	●	●	●
จากคู่สมรส-บุตร	-	●	●	●	-	●	-	-
จากรุ่นพ่อแม่	-	●	●	-	●	-	●	-
จากรุ่นปู่ย่าตายาย	-	●	-	●	●	-	-	●
จำนวน (คน)	81	220	38	15	6	36	39	6
คิดเป็นร้อยละ	18.37	49.89	8.62	3.40	1.36	8.16	8.84	1.36

ผลการวิจัยพบว่า ครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 441 คน อยู่ในภาวะความเป็น Club Sandwich ที่แบกรับแรงกดดันจากทั้งหน้าที่การงาน คู่สมรส-บุตร รุ่นพ่อแม่ และรุ่นปู่ย่าตายาย รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในภาวะ Open Face Sandwich ที่มีการแบกรับแรงกดดันจากหน้าที่การงานและจากด้านใดด้านหนึ่งของครอบครัว และ ภาวะ Non-Sandwich ที่ระบุเพียงการแบกรับแรงกดดันจากหน้าที่การงาน (ภาวะกดดันจากครอบครัวระบุเป็น 0) กลุ่มละ 81 คน ส่วนกลุ่ม Traditional Sandwich ที่แบกรับแรงกดดันจากหน้าที่การงาน และ 2 ใน 3 ด้านจากครอบครัว มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 59 คน

ในด้านความรู้สึกกดดันจากหน้าที่การงาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม Non-Sandwich มีระดับคะแนนเฉลี่ยความรู้สึกกดดัน 1.484 อยู่ในระดับมีความรู้สึกกดดันน้อย ($SD = 0.969$) ซึ่งน้อยที่สุดจากทั้ง 4 กลุ่ม อันดับสองเป็นกลุ่ม Open Face Sandwich คะแนนเฉลี่ยความรู้สึกกดดัน 1.733 อยู่ในระดับความกดดันรู้สึกปานกลาง ($SD = 0.938$) กลุ่ม Traditional Sandwich คะแนนเฉลี่ยความรู้สึกกดดัน 1.942 อยู่ในระดับความรู้สึกกดดันปานกลาง และสูงที่สุดคือกลุ่ม Club Sandwich คะแนนเฉลี่ยความรู้สึกกดดัน 2.470 อยู่ในระดับความรู้สึกกดดันมาก ($SD = 0.843$) โดยระดับคะแนนเฉลี่ยรายข้อคำถามของแต่ละกลุ่มเป็นดังแสดงในแผนภูมิแท่งแนวนอน ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนภูมิแท่งแนวนอนแสดงระดับความรู้สึกกดดันเฉลี่ยในหน้าที่การงานของกลุ่มตัวอย่าง Sandwich และ Non- Sandwich เจนเนอเรชั่น

นอกจากระดับความรู้สึกกดดันในด้านการทำงาน ผลการสำรวจระดับความรู้สึกกดดันเฉลี่ย จากปัจจัยด้านการดูแลครอบครัว ใน 3 ด้าน คือ (1) ด้านเศรษฐกิจ (2) ด้านการดูแลทางกายภาพและการใช้เวลา และ (3) ด้านการดูแลทางอารมณ์ความรู้สึก ตามแนวคิดของ Cheng and Santos-Lozada (2024) จากกลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 3 กลุ่ม พบระดับเฉลี่ยความรู้สึกกดดันจากการดูแลครอบครัวของกลุ่ม Sandwich Generation ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางแสดงระดับเฉลี่ยความรู้สึกกดดันจากปัจจัย 3 ด้านในการดูแลครอบครัวของกลุ่ม Sandwich เจนเนอเรชั่น

ความกดดันจากปัจจัยครอบครัว	Non-Sandwich n = 81	Club Sandwich n = 220	Traditional Sandwich				Open Face Sandwich		
			n = 38	n = 15	n = 6		n = 36	n = 39	n = 6
จากคู่สมรส-บุตร	0.00	1.941 (SD = 0.998)	1.068 (SD = 0.783)	1.067 (SD = 0.632)	0.00		1.028 (SD = 0.723)	0.00	0.00
จากรุ่นพ่อแม่	0.00	1.861 (SD = 1.071)	1.289 (SD = 0.917)	0.00	1.167 (SD = 0.279)		0.00	1.385 (SD = 1.058)	0.00
จากรุ่นปู่ย่าตายาย	0.00	1.803 (SD = 0.991)	0.00	0.867 (SD = 0.468)	1.111 (SD = 0.172)		0.00	0.00	0.500 (SD = 0.182)
ระดับความรู้สึกกดดันเฉลี่ย	0.00	1.868 (ระดับปานกลาง)	1.179 (ระดับน้อย)	0.967 (ระดับน้อย)	1.139 (ระดับน้อย)		1.028 (ระดับน้อย)	1.385 (ระดับน้อย)	0.500 (ไม่รู้สึกกดดัน)
SD	0.00	0.937	0.850	0.550	0.226		0.723	1.058	0.182

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในกลุ่ม Club Sandwich มีระดับเฉลี่ยความรู้สึกกดดันจากทั้ง 3 ปัจจัยในการดูแลครอบครัวสูงที่สุดเมื่อเทียบกับอีก 2 กลุ่ม โดยอยู่ในระดับความรู้สึกกดดันปานกลาง ทั้งนี้ พบว่ากลุ่ม Club Sandwich มีระดับ

ความรู้สึกกดดันสูงสุดจากการดูแลคู่สมรสและบุตร ในขณะที่อีกสองกลุ่มที่เหลือ พบระดับความรู้สึกกดดันสูงสุดที่สุด มาจากการดูแลคนรุ่นพ่อแม่ และระดับความกดดันต่ำที่สุดมาจากการดูแลคนรุ่นปู่ตายาย

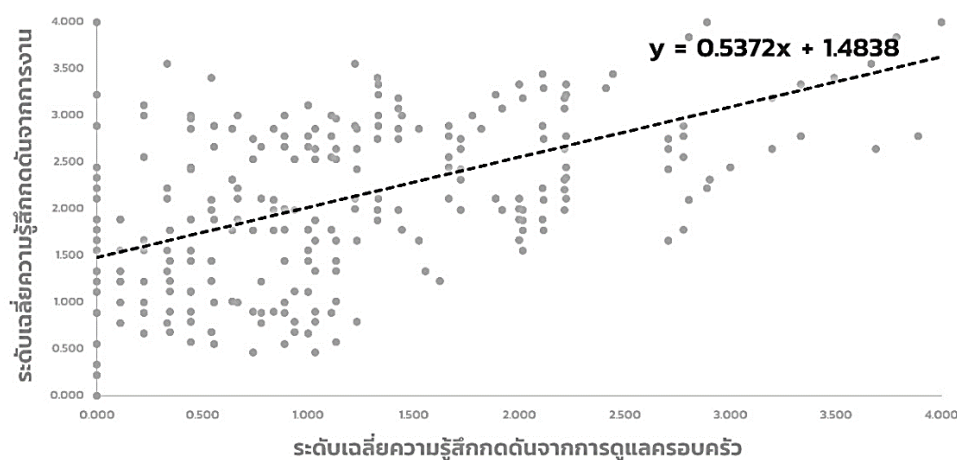
โดยเมื่อพิจารณาระดับความรู้สึกกดดันของทั้ง 3 กลุ่ม Sandwich Generation ใน 2 ด้าน คือ ด้านความกดดันจากการต้องสนับสนุนทางการเงิน (Money Transfer) และความรู้สึกกดดันจากการใช้เวลาทั้งการดูแลทางกายภาพ และการดูแลทางอารมณ์ความรู้สึก (Time Transfer) ตามแนวคิดของ Khotwanta (2022) และ Cheng and Santos-Lozada (2024) พบผลการวิจัยว่า **กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 3 กลุ่ม มีระดับความรู้สึกกดดันจากการต้องสนับสนุนทางการเงินแก่ครอบครัว มากกว่าความรู้สึกกดดันจากการใช้เวลาแก่คนในครอบครัว** จากทั้ง 3 รุ่นคนในครอบครัว ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตารางแสดงระดับเฉลี่ยความรู้สึกกดดันของ 3 กลุ่ม Sandwich Generation ในด้านการสนับสนุนทางการเงิน และการใช้เวลาดูแลครอบครัว

กลุ่ม Sandwich Generation	ระดับเฉลี่ยความรู้สึกกดดันจากการสนับสนุนด้านการเงิน			ระดับเฉลี่ยความรู้สึกกดดันจากการสนับสนุนด้านการใช้เวลา		
	คู่สมรส-บุตร	พ่อแม่	ปู่ตายาย	คู่สมรส-บุตร	พ่อแม่	ปู่ตายาย
Club Sandwich	2.173	2.014	1.927	1.825	1.784	1.741
Traditional Sandwich	1.415	1.341	1.619	0.896	1.239	0.595
Open Face Sandwich	2.083	1.923	1.000	0.500	1.115	0.250

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความกดดันจากการดูแลครอบครัวของกลุ่ม Sandwich Generation ทั้ง 3 กลุ่ม และ Non-Sandwich ร่วมกับระดับความรู้สึกกดดันจากการทำงาน โดยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlations (r)) พบว่า ระดับความรู้สึกกดดันจากการดูแลครอบครัว มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้สึกกดดันจากการทำงาน ในเชิงบวก ในระดับความแข็งแรงปานกลาง ผลการวิจัยพบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน $r = 0.589$ กล่าวคือ เมื่อพบว่าบุคคลมีความรู้สึกจากการดูแลครอบครัวสูง จะพบว่าบุคคลดังกล่าวมีความรู้สึกกดดันจากการงานสูงตามไปด้วย โดยพบสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกกดดันจากทั้ง 2 ส่วน ดังแสดงในภาพที่ 2 คือ

$$\text{ระดับความรู้สึกกดดันจากการทำงาน} = 0.5372(\text{ระดับความรู้สึกกดดันจากครอบครัว}) + 1.4838$$



ภาพที่ 2 แผนภูมิแบบการกระจายจุด (Scattered Plot) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้สึกกดดันจากครอบครัวและงาน

พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ของ Sandwich Generation

จากผลการวิจัยในส่วนของภาวะความเป็น Sandwich Generation ที่วัดจากระดับความรู้สึกกดดันทั้งจากปัจจัยด้านการงาน และปัจจัยด้านครอบครัว ทำให้สามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะภาวะ Sandwich Generation ที่ปรากฏได้ 4 กลุ่ม คือ กลุ่ม Non-Sandwich กลุ่ม Club Sandwich กลุ่ม Traditional Sandwich และกลุ่ม Open Face Sandwich โดยมีผลการวิจัยลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตารางแจกแจงรายละเอียดลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภาวะ Sandwich เจนเนอเรชั่น

กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม 441 คน		Non-Sandwich n = 81	Club Sandwich n = 220	Traditional Sandwich n = 59	Open Face Sandwich n = 81
เจนเนอเรชั่น	Baby Boomers (1946 – 1964)	-	6	3	3
	เจนเนอเรชั่น X (1965 – 1980)	24	89	23	27
	เจนเนอเรชั่น Y (1981 – 2000)	57	125	33	51
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15,000 บาทหรือต่ำกว่า	6	17	3	3
	15,001 – 30,000 บาท	27	69	21	30
	30,001 – 45,000 บาท	21	41	12	24
	45,001 – 60,000 บาท	12	39	9	9
	60,001 – 75,000 บาท	9	24	9	3
	มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	6	30	5	12
ระดับการศึกษาสูงสุด	มัธยมศึกษาตอนปลาย	6	-	-	-
	ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา	-	6	3	3
	ปริญญาตรี	30	93	12	33
	ปริญญาโท	36	100	38	30
	ปริญญาเอก	9	21	6	15
สถานภาพการสมรส	โสด	42	47	9	42
	สมรส	18	104	27	24
	มีคนรัก (แฟน)	18	60	14	12
	อยู่ด้วยกันแต่ยังไม่ได้สมรส	3	6	6	3
	หย่าร้าง	-	3	3	-
รูปแบบการพักอาศัย	อาศัยโดยลำพัง	36	51	27	30
	อาศัยกับพ่อแม่	21	50	18	24
	อาศัยกับคู่ครอง และบุตร	9	68	8	12
	ครอบครัวขยายที่มีคนหลายรุ่น	15	51	6	15
อาชีพ	เจ้าของกิจการ	6	26	6	3
	พนักงานบริษัทเอกชน	25	42	14	24
	ผู้บริหารองค์กรเอกชน	2	-	4	-
	พนักงานของรัฐ / ข้าราชการ	36	87	24	48

กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม 441 คน		Non-Sandwich	Club Sandwich	Traditional Sandwich	Open Face Sandwich
		n = 81	n = 220	n = 59	n = 81
	ผู้บริหารองค์กรของรัฐ	3	9	8	6
	ดำเนินธุรกิจของครอบครัว	9	29	3	0
สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงสูงสุด	เฟซบุ๊ก	39	121	29	51
	ยูทูบ	12	45	9	6
	อินสตาแกรม	15	18	6	15
	ติ๊กต็อก	12	15	12	9
	ทวิตเตอร์ (เอ็กซ์)	3	15	3	-
	เลม่อนเอท	-	6	-	-
ระยะเวลาใช้งาน	น้อยกว่า 30 นาทีต่อวัน	-	18	30	3
	30 นาที – 2 ชั่วโมง ต่อวัน	30	114	14	39
	2 – 4 ชั่วโมง ต่อวัน	24	48	24	18
	4 – 6 ชั่วโมง ต่อวัน	12	17	17	15
	มากกว่า 6 ชั่วโมง ต่อวัน	15	23	23	6
ความถี่ในการใช้งาน	เป็นประจำทุกวัน	78	201	57	75
	5 – 6 วัน ต่อสัปดาห์	3	13	2	3
	3 – 4 วัน ต่อสัปดาห์	-	3	-	3
	1 – 2 วัน ต่อสัปดาห์	-	3	-	-
	เฉลี่ยน้อยกว่า 1 วัน ต่อสัปดาห์	-	-	-	-

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างตามภาวะ Sandwich Generation ทั้ง 3 กลุ่ม และกลุ่ม Non-Sandwich พบว่า มีลักษณะทางประชากรไปในทิศทางเดียวกัน โดยช่วงวัย เจเนอเรชัน Y ช่วงรายได้ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และอาชีพพนักงานของรัฐ / ข้าราชการ มีสัดส่วนมากที่สุดในทั้ง 4 กลุ่ม

ในขณะที่ระดับการศึกษาสูงสุด มีเพียงกลุ่ม Open Face Sandwich เท่านั้น ที่สัดส่วนมากที่สุดคือระดับปริญญาตรี อีก 3 กลุ่มที่เหลือพบว่า ระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทเป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุด สถานภาพทางสมรสของกลุ่ม Non-Sandwich และกลุ่ม Open Face Sandwich เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือกลุ่มสถานภาพโสด เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ในขณะที่กลุ่ม Club Sandwich และ Traditional Sandwich สัดส่วนสถานภาพสมรสเป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุดในทั้งสองกลุ่ม นอกจากนี้ พบข้อมูลที่น่าสนใจในเรื่องรูปแบบการอยู่อาศัยคือ กลุ่ม Club Sandwich เป็นกลุ่มเดียวที่มีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการอยู่กับคู่ครอง และบุตรมากที่สุด ในขณะที่อีก 3 กลุ่มที่เหลือมีสัดส่วนการอยู่อาศัยแบบแยกออกมาอยู่โดยลำพังสูงที่สุด

ในด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทั้ง 4 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กมากที่สุด และมีพฤติกรรมในการเข้าใช้งานเป็นประจำทุกวัน โดย 3 จาก 4 กลุ่ม มีระยะเวลาการเข้าใช้งานโดยเฉลี่ยต่อวันที่ 30 นาที – 2 ชั่วโมง เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ในขณะที่กลุ่ม Traditional Sandwich พบระยะเวลาการเข้าใช้งานเฉลี่ยต่อวัน น้อยกว่า 30 นาที เป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุด

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้ตอบแบบสำรวจในเรื่องเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์ที่พบบ่อยครั้งที่สุดจากผู้อื่น และรวมถึงลักษณะเนื้อหาที่ตนเองมีการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์บ่อยครั้งที่สุด โดยพิจารณาจากลักษณะเนื้อหา 5 ด้าน ตามแนวคิดของ McComb, Vanman, and Tobin (2023) ได้แก่ (1) *รูปลักษณ์ของตนเอง (Body Image)* (2) *ความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ*

ISSN (Online): 2985-1149

ขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างยังระบุว่า ตนเองมีการถ่ายทอดเนื้อหาในลักษณะเดียวกันในสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดจากทั้ง 5 ประเภท เนื้อหาด้วย รองลงมาเป็นเนื้อหาที่สื่อสารความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ (Subjective Well-Being) ทั้งในการพบเจอจากสื่อสังคมออนไลน์ และการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของตน ในขณะที่เนื้อหาประเภท ความต้องการเป็น/มิ/ได้รับความสำเร็จอย่างผู้อื่น หรือ เป้าหมายต่างๆ ในชีวิต มีสัดส่วนน้อยที่สุดในทั้ง 5 กลุ่มเนื้อหาที่มีการพบและผลิตขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 4 กลุ่ม ในเรื่องความรู้สึกเปรียบเทียบกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ที่พบ จากทั้ง 5 ลักษณะเนื้อหาดังกล่าว ตามแนวความคิดการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) ที่เป็นการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาต่างๆ ที่ผ่านการผลิตขึ้นโดยผู้ใช้งานคนอื่นๆ รวมถึงการนำเสนอความรู้สึกต่างๆ ลงในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก “ด้อยค่า” ตนเอง (Inferiority-Related Data) ของผู้ใช้งานได้ หรืออาจจะเกิดเป็นความรู้สึกมีว่าแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนเพื่อให้ตนเองได้เข้าใกล้สิ่งที่เห็นมากขึ้น (Assimilation) หรือความรู้สึกว่าไม่สามารถไปอยู่จุดนั้นได้ อิจฉา ชื่นเคืองใจ น้อยใจ หรือความรู้สึกยอมแพ้ ท้อแท้ หดหวนทางที่ตนเองจะไปสู่สิ่งที่เห็นได้ (Contrast) (Jan, Soomro, & Ahmad, 2017; Liu, Xu, Kuai, Deng, Wang, & Luo, 2022) โดยผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลในลักษณะ Bipolar Scale 7 ระดับจาก -3 (รู้สึกว่สิ่งนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นกับชีวิตตนเองได้เลยไม่ว่าอย่างไร) ถึง 3 (ตนเองเกิดแรงบันดาลใจและจะทำให้เกิดสิ่งนั้นให้ได้ในที่สุดไม่ว่าอย่างไร) จากแบบสำรวจทั้งสิ้น 9 ข้อคำถาม จำแนกผลเฉลี่ยระดับความรู้สึกเปรียบเทียบกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์เป็น 7 ระดับ คือ

-3.00 ถึง -2.14	ระดับรู้สึกว่สิ่งนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นกับชีวิตตนเองได้ ไม่ว่างไร
-2.13 ถึง -1.27	ระดับรู้สึกว่สิ่งนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นกับชีวิตตนเองได้
-1.26 ถึง -0.40	ระดับรู้สึกว่สิ่งนั้นอาจจะไม่สามารถเกิดขึ้นกับชีวิตตนเองได้
-0.39 ถึง +0.39	ระดับรู้สึกเฉยๆ
+0.40 ถึง +1.26	ระดับรู้สึกว่สิ่งนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นกับชีวิตตนเองได้
+1.27 ถึง +2.13	ระดับรู้สึกว่สิ่งนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง
+2.14 ถึง +3.00	ระดับรู้สึกว่ตนเองสามารถทำให้สิ่งนั้นเกิดขึ้นได้ ไม่ว่างไร

พบผลการวิจัยแยกตามกลุ่มของ Sandwich Generation ดังนี้

1. กลุ่ม Non-Sandwich

กลุ่ม Non-Sandwich พบคะแนนเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ที่ 0.971 (SD = 1.089) อยู่ในระดับที่รู้สึกว่สิ่งนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นในชีวิตตนเองได้ (เป็นทิศทางเชิงบวก) โดยมีผลคะแนนเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ แยกตามรายเนื้อหาดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของกลุ่ม Non-Sandwich ในการเปรียบเทียบกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์

ลักษณะเนื้อหา	ประเด็นเนื้อหา	คะแนนเฉลี่ย	SD	ระดับความรู้สึก
รูปลักษณ์บุคคล	การนำเสนอเกี่ยวกับรูปร่าง หน้าตา หรือ ภาพลักษณ์ที่ดี	0.519	1.108	รู้สึกว่มีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ	การนำเสนอชีวิตที่ดี การท่องเที่ยวต่างประเทศ การใช้สินค้าที่มีมูลค่าสูง	0.370	1.346	รู้สึกเฉยๆ
	การนำเสนอความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูง เครื่องประดับ เงินสด อสังหาริมทรัพย์	0.370	1.229	รู้สึกเฉยๆ

ลักษณะเนื้อหา	ประเด็นเนื้อหา	คะแนนเฉลี่ย	SD	ระดับความรู้สึก
การมีสุขภาพจิตที่ดี	การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความสุข ความรัก ความสมหวังในชีวิต การเป็นผู้มีอารมณ์ที่ดี	1.778	1.605	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาความโชคดี ผลจากการเป็นผู้คิดดี โชคลาภ ลาภลอย	0.556	1.483	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความภูมิใจในตนเอง	การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความพากเพียรจนสำเร็จ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จที่ได้มา	1.370	1.346	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาเรื่องความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ตำแหน่ง ความเติบโตในชีวิต	1.185	1.343	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความต้องการอยากได้/มี/ได้รับความสำเร็จ	การนำเสนอเป้าหมาย จุดมุ่งหมาย สิ่งที่จะทำในชีวิตเพื่อที่จะทำให้เกิดขึ้น	1.074	1.473	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาความมานะ บากบั่น ความพยายาม ความไม่ย่อท้อ เพื่อจะไปให้ถึงจุดหมายของตน	1.519	1.484	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง

โดยเมื่อพิจารณาตามรายลักษณะเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม Non-Sandwich มีค่าเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

เนื้อหาความต้องการ อยากได้/มี/ได้รับความสำเร็จ ค่าเฉลี่ย 1.296 (SD = 1.491) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับความภาคภูมิใจในตนเอง ค่าเฉลี่ย 1.278 (SD = 1.343) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับการมีสุขภาพจิตที่ดี ค่าเฉลี่ย 1.167 (SD = 1.158) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนออุปนิสัยบุคคล ค่าเฉลี่ย 0.519 (SD = 1.108) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นอยู่ทางกายภาพที่ดี ค่าเฉลี่ย 0.370 (SD = 1.285) ระดับรู้สึกเฉยๆ กับเนื้อหา

2. กลุ่ม Club Sandwich

กลุ่ม Club Sandwich พบคะแนนเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ที่ 0.875 (SD = 1.055) อยู่ในระดับที่รู้สึกว่าจะเห็นนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นในชีวิตตนเองได้ (เป็นทิศทางเชิงบวก) โดยมีผลคะแนนเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ แยกตามรายเนื้อมาแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของกลุ่ม Club Sandwich ในการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์

ลักษณะเนื้อหา	ประเด็นเนื้อหา	คะแนนเฉลี่ย	SD	ระดับความรู้สึก
รูปลักษณ์บุคคล	การนำเสนอเกี่ยวกับรูปร่าง หน้าตา หรือ ภาพลักษณ์ที่ดี	0.577	1.351	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ	การนำเสนอชีวิตที่ดี การท่องเที่ยว ต่างประเทศ การใช้สินค้าที่มีมูลค่าสูง	0.532	1.356	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูง เครื่องประดับ เงินสด อสังหาริมทรัพย์	0.359	1.351	รู้สึกเฉยๆ
การมีสุขภาพจิตที่ดี	การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความสุข ความรัก ความสมหวังในชีวิต การเป็นผู้มีอารมณ์ที่ดี	1.041	1.315	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาความโชคไม่ดี ผลจากการเป็นผู้คิดดี โชคลาภ ลาภลอย	0.536	1.694	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความภูมิใจในตนเอง	การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความภาคภูมิใจจนสำเร็จ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จที่ได้มา	1.277	1.324	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาเรื่องความก้าวหน้าในหน้าที่ การงาน ตำแหน่ง ความเติบโตในชีวิต	1.186	1.451	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความต้องการอยากได้/มี/ ได้รับความสำเร็จ	การนำเสนอเป้าหมาย จุดมุ่งหมาย สิ่งที่ยาวไกลในชีวิตเพื่อที่จะทำให้เกิดขึ้น	1.027	1.351	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาความมานะ บากบั่น ความพยายาม ความไม่ย่อท้อ เพื่อจะไปให้ถึงจุดหมายของตน	1.341	1.344	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง

โดยเมื่อพิจารณาตามรายลักษณะเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม Club Sandwich มีค่าเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

เนื้อหาเกี่ยวกับความภาคภูมิใจในตนเอง	ค่าเฉลี่ย 1.232 (SD = 1.388)	ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง
เนื้อหาความต้องการ อยากได้/มี/ ได้รับความสำเร็จ	ค่าเฉลี่ย 1.184 (SD = 1.375)	ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง
เนื้อหาเกี่ยวกับการมีสุขภาพจิตที่ดี	ค่าเฉลี่ย 0.789 (SD = 1.535)	ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง
เนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอรูปลักษณ์บุคคล	ค่าเฉลี่ย 0.577 (SD = 1.351)	ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง
เนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นอยู่ทางกายภาพที่ดี	ค่าเฉลี่ย 0.445 (SD = 1.305)	ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง

3. กลุ่ม Traditional Sandwich

กลุ่ม Traditional Sandwich พบคะแนนเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ที่ 0.557 (SD = 0.556) อยู่ในระดับที่รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นในชีวิตตนเองได้ (เป็นทิศทางเชิงบวก) โดยมีผลคะแนนเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ แยกตามรายเนื้อหาดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของกลุ่ม Traditional Sandwich ในการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์

ลักษณะเนื้อหา	ประเด็นเนื้อหา	คะแนนเฉลี่ย	SD	ระดับความรู้สึก
รูปลักษณ์บุคคล	การนำเสนอเกี่ยวกับรูปร่าง หน้าตา หรือ ภาพลักษณ์ที่ดี	0.559	0.933	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ	การนำเสนอชีวิตที่ดี การท่องเที่ยว ต่างประเทศ การใช้สินค้าที่มีมูลค่าสูง	0.305	0.650	รู้สึกเฉยๆ
	การนำเสนอความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูง เครื่องประดับ เงินสด อสังหาริมทรัพย์	0.153	0.485	รู้สึกเฉยๆ
การมีสุขภาพจิตที่ดี	การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความสุข ความรัก ความสมหวังในชีวิต การเป็นผู้มีอารมณ์ที่ดี	0.915	1.103	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาความโชคไม่ดี ผลจากการเป็นผู้ไม่ดี โชคร้าย ลากลอย	0.254	0.779	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความภูมิใจในตนเอง	การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความภาคภูมิใจจนสำเร็จ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จที่ได้มา	0.814	1.181	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาเรื่องความก้าวหน้าในหน้าที่ การงาน ตำแหน่ง ความเติบโตในชีวิต	0.559	0.987	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
ความต้องการอยากได้/มี/ได้รับความสำเร็จ	การนำเสนอเป้าหมาย จุดมุ่งหมาย สิ่งที่ยาวไกลในชีวิตเพื่อที่จะทำให้เกิดขึ้น	0.610	0.871	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาความมานะ บากบั่น ความพยายาม ความไม่ย่อท้อ เพื่อจะไปให้ถึงจุดหมายของตน	0.847	1.215	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง

โดยเมื่อพิจารณาตามรายลักษณะเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม Traditional Sandwich มีค่าเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

เนื้อหาความต้องการ อยากได้/มี/ได้รับความสำเร็จ ค่าเฉลี่ย 0.729 (SD = 1.059) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้มากกับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับความภาคภูมิใจในตนเอง ค่าเฉลี่ย 0.686 (SD = 1.092) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับการมีสุขภาพจิตที่ดี ค่าเฉลี่ย 0.585 (SD = 1.007) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอรูปลักษณ์บุคคล ค่าเฉลี่ย 0.559 (SD = 0.933) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นอยู่ทางกายภาพที่ดี ค่าเฉลี่ย 0.229 (SD = 0.576) ระดับรู้สึกเฉยๆ

4. กลุ่ม Open Face Sandwich

กลุ่ม Open Face Sandwich พบคะแนนเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ที่ 0.881 (SD = 1.050) อยู่ในระดับที่รู้สึกว่าการที่เห็นนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นในชีวิตตนเองได้ (เป็นทิศทางเชิงบวก) โดยมีผลคะแนนเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ แยกตามรายเนื้อหาดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของกลุ่ม Open Face Sandwich ในการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์

ลักษณะเนื้อหา	ประเด็นเนื้อหา	คะแนนเฉลี่ย	SD	ระดับความรู้สึก
รูปลักษณ์บุคคล	การนำเสนอเกี่ยวกับรูปร่าง หน้าตา หรือภาพลักษณ์ที่ดี	0.259	1.116	รู้สึกเฉยๆ
ความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ	การนำเสนอชีวิตที่ดี การท่องเที่ยวต่างประเทศ การใช้สินค้าที่มีมูลค่าสูง	0.148	1.388	รู้สึกเฉยๆ
	การนำเสนอความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูง เครื่องประดับ เงินสด อสังหาริมทรัพย์	-0.111	1.351	รู้สึกเฉยๆ (ค่อนข้างลบ)
การมีสุขภาพจิตที่ดี	การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความสุข ความรัก ความสมหวังในชีวิต การเป็นผู้มีอารมณ์ที่ดี	1.741	1.181	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับมากชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาความโชคร้าย ผลจากการเป็นผู้คิดดี โชคลาภ ลากลอย	0.074	1.876	รู้สึกเฉยๆ
ความภูมิใจในตนเอง	การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความภาคภูมิใจจนสำเร็จ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จที่ได้มา	1.333	1.620	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับมากชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาเรื่องความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ตำแหน่ง ความเติบโตในชีวิต	1.407	1.456	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับมากชีวิตตนเอง
ความต้องการอยากได้/มี/ ได้รับความสำเร็จ	การนำเสนอเป้าหมาย จุดมุ่งหมาย สิ่งที่ยาวไกลในชีวิตเพื่อที่จะทำให้เกิดขึ้น	1.444	1.483	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับมากชีวิตตนเอง
	การนำเสนอเนื้อหาความมานะ บากบั่น ความพยายาม ความไม่ย่อท้อ เพื่อจะไปให้ถึงจุดหมายของตน	1.630	1.400	รู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง

โดยเมื่อพิจารณาตามรายลักษณะเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม Open Face Sandwich มีค่าเฉลี่ยระดับการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

เนื้อหาความต้องการ อยากได้/มี/ ได้รับความสำเร็จ ค่าเฉลี่ย 1.537 (SD = 1.441) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้มากกับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับความภาคภูมิใจในตนเอง ค่าเฉลี่ย 1.370 (SD = 1.536) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้มากกับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับการมีสุขภาพจิตที่ดี ค่าเฉลี่ย 0.907 (SD = 1.772) ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดได้กับชีวิตตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอรูปลักษณ์บุคคล

ค่าเฉลี่ย 0.259 (SD = 1.116) ระดับรู้สึกเฉยๆ

เนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นอยู่ทางกายภาพที่ดี

ค่าเฉลี่ย 0.019 (SD = 1.372) ระดับรู้สึกเฉยๆ

เมื่อพิจารณาจากผลค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกเปรียบเทียบตนเองของกลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 4 กลุ่มกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 5 ลักษณะเนื้อหา ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของทั้ง 4 กลุ่ม Sandwich Generation ในการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์

ลักษณะเนื้อหา	Non-Sandwich	Club Sandwich	Traditional Sandwich	Open Face Sandwich
รูปลักษณ์บุคคล	0.519 (SD = 1.108)	0.577 (SD = 1.351)	0.559 (SD = 0.933)	0.259 (SD = 1.116)
ความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ	0.370 (SD = 1.284)	0.445 (SD = 1.306)	0.229 (SD = 0.576)	0.019 (SD = 1.372)
การมีสุขภาพจิตที่ดี	1.167 (SD = 1.658)	0.789 (SD = 1.536)	0.585 (SD = 1.007)	0.907 (SD = 1.772)
ความภูมิใจในตนเอง	1.278 (SD = 1.343)	1.232 (SD = 1.388)	0.686 (SD = 1.092)	1.370 (SD = 1.536)
ความต้องการอยากได้/มิได้รับ	1.296 (SD = 1.491)	1.184 (SD = 1.375)	0.729 (SD = 1.059)	1.537 (SD = 1.441)
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวม	0.971 (SD = 1.089)	0.875 (SD = 1.055)	0.557 (SD = 0.556)	0.881 (SD = 1.050)

○ ระดับรู้สึกเฉยๆ ● ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง ● ระดับรู้สึกว่ามีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง

ระดับความรู้สึกเฉลี่ยในการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่ม Sandwich Generation ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ รู้สึกว่าเนื้อหาเหล่านั้นมีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง (+0.39 ถึง +1.26) ซึ่งค่อนข้างไปทางความรู้สึกเชิงบวก หรืออยู่ในฝั่งเกิดเป็นความรู้สึกมีว่าแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนเพื่อให้ตนเองได้เข้าใกล้สิ่งที่เห็นมากขึ้น (Assimilation) โดยลักษณะเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารความภูมิใจในตนเอง และนำเสนอความต้องการอยากได้/มิ/ได้รับความสำเร็จ ส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบในระดับรู้สึกว่าเนื้อหาเหล่านั้นมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากกับชีวิตตนเอง (+1.27 ถึง +2.13) ให้กับทั้งกลุ่ม Non-Sandwich และกลุ่ม Open Face Sandwich ในขณะที่ลักษณะเนื้อหาที่ทำให้เกิดการเปรียบเทียบในเชิงบวกกับกลุ่ม Sandwich Generation ในระดับความรู้สึกต่ำที่สุด คือลักษณะเนื้อหาสื่อสารความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ (Subjective Well-Being) โดยพบว่า เนื้อหาลักษณะดังกล่าวก่อให้เกิดความรู้สึกเปรียบเทียบชีวิตตนเองและเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ในระดับรู้สึกเฉยๆ (-0.39 ถึง +0.39) กับ 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม Non-Sandwich กลุ่ม Traditional Sandwich และกลุ่ม Open Face Sandwich ทั้งนี้ พบระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของทั้ง 4 กลุ่ม อยู่ในระดับเดียวกัน คือ รู้สึกว่าเนื้อหาเหล่านั้นมีโอกาสเกิดขึ้นได้กับชีวิตตนเอง ซึ่งเมื่อทำการทดสอบทางสถิติด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) จากทั้ง 4 กลุ่ม ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.096$) และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้สึกก่อกวนจากการดูแลครอบครัว และระดับความรู้สึกเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในแบบไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างกัน $r = -0.008$ (Neglectable Correlations) กล่าวคือ ถึงแม้ทั้ง 4 กลุ่มจะมีความแตกต่างกันในด้านความรู้สึกก่อกวนจากการดูแลครอบครัว แต่ไม่พบว่าทั้ง 4 กลุ่มมีระดับความรู้สึกเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาที่พบในสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ที่น่าสนใจคือ เมื่อทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระดับเฉลี่ยความรู้สึกการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ แยกตามระดับรายได้ พบความแตกต่างของความรู้สึกเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาที่พบในสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.0003$) โดยเมื่อทำการทดสอบค่าที (t-test) พบว่า กลุ่มตัวอย่างในระดับรายได้ 45,001 – 60,000 บาทต่อเดือน มีระดับเฉลี่ยความรู้สึกเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อออนไลน์ในระดับสูงที่สุด และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) เมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างในระดับรายได้อื่นๆ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างในระดับรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีระดับเฉลี่ยความรู้สึกเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อออนไลน์น้อยที่สุด และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) เมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างในระดับรายได้อื่นๆ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ที่มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 45,001 – 60,000 บาท มีความรู้สึกเกิดแรงบันดาลใจและความรู้สึกขับเคลื่อนชีวิตตนเอง จากเนื้อหาที่พบในสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทหรือต่ำกว่า มีความรู้สึกเกิดแรงบันดาลใจและความรู้สึกขับเคลื่อนชีวิตตนเองจากเนื้อหาที่พบในสื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุด โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ตารางแสดงผลการทดสอบค่าที (t-test) ระดับเฉลี่ยความรู้สึกเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาที่พบในสื่อสังคมออนไลน์ แยกตามระดับรายได้ของกลุ่ม Sandwich เจนเนอเรชั่น

ระดับรายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	60,001 – 75,000 บาท	สูงกว่า 75,001 บาท
	ค่าเฉลี่ย 0.063	0.910	0.801	1.171	0.833	0.891
ต่ำกว่า 15,000 บาท						
15,001 – 30,000 บาท	-3.816*					
30,001 – 45,000 บาท	-2.838*	0.947				
45,001 – 60,000 บาท	-3.968*	-2.153*	-2.631*			
60,001 – 75,000 บาท	-1.781*	1.115	0.373	2.626*		
สูงกว่า 75,001 บาท	-2.772*	0.146	-0.598	1.857*	-0.898	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < 0.05$

Sandwich เจนเนอเรชั่น: การเยียวยาความรู้สึกตนเองจากการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 4 กลุ่ม ให้ข้อมูลในแบบสำรวจผ่านข้อคำถามปลายเปิด ระบุถึงวิธีการและพฤติกรรมของตนเองที่สามารถช่วยผ่อนคลายความรู้สึกเปรียบเทียบชีวิตตนเองกับเนื้อหาที่พบในสื่อสังคมออนไลน์ โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 4 กลุ่ม มีพฤติกรรมในการเยียวยาความรู้สึกเปรียบเทียบของตนเองใน 3 ด้าน ดังนี้

1. ปรับเปลี่ยนวิธีการสื่อสารกับตนเอง (Intrapersonal Communication)

กลุ่มตัวอย่างบางส่วนจากกลุ่ม Non-Sandwich สะท้อนพฤติกรรมในเชิงการเปลี่ยนวิธีคิด เพื่อสร้างความสบายใจ และทำให้ความรู้สึกเกิดการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ลดลง เช่น การปรับความคิดว่ามนุษย์ทุกคนมีความแตกต่างกันบนความเป็นจริง รวมถึงการพยายามมองบุคคลที่มีความลำบากกว่าตนเองมากกว่าที่จะมองบุคคลที่เหนือกว่า หรือประสบความสำเร็จกว่า การมองหาด้านบวกจากภายในตนเอง เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่ม Club Sandwich มีการสื่อสารกับตนเองมากขึ้นว่าทุกคนมีช่วงเวลาของตนเอง และคอยเตือนตนเองว่าอย่ากดดันตนเองจนมากเกินไป ให้ตนเองตั้งเป้าหมายแบบได้ระดับและลงมือทำ รวมถึงการสื่อสารกับตนเองให้อยู่กับปัจจุบัน ให้กำลังใจตนเอง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนจากทั้ง 4 กลุ่มระบุในเชิงว่า ให้ทำใจเพื่อยอมรับความต่างนั้น วางเฉย และโฟกัสกับสิ่งดีๆ ของตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างบางส่วนระบุไว้ในข้อคำถาม ดังนี้ “แค่คิดมันยังไม่ถึงเวลาของ

เรา เรายังโอกาสและเวลาอีกเยอะที่จะเจออุปสรรคและสนุกไปกับมัน เพราะชีวิตเกิดมามันก็เท่านั้น” “ต้องปล่อยวางในสิ่งที่ควบคุมไม่ได้” “รับรู้ความคิดนั้น แล้วมันก็จะหายไป” “มีความสุขกับสิ่งที่ตัวเองมีอยู่” “ทำใจยอมรับมัน” “ไม่รู้สึกรำคาญตัวเองไปเปรียบเทียบกับใคร ไม่ว่าสูงหรือต่ำกว่า แต่หากต้องตอบ ขอตอบว่าผ่านหาภาวิวิ สถานที่สวยงาม หรือธรรมชาติสวยๆ เพื่อความผ่อนคลาย” “พยายามนึกถึงคนที่ต้องลำบาก และขาดปัจจัยมากกว่าเรา เค้ามีความพยายามและความยากลำบากกว่าเรามาก หรือทำกิจกรรม งานอดิเรก” “พยายามมองสิ่งอื่น หรือบุคคลอื่นที่ลำบากกว่าตนเอง หรือหาสิ่งอื่นที่ดูแล้วทำให้สบายใจขึ้น เช่นรูปสัตว์น่ารัก เป็นต้น” “ปรับ MindSet ของตนเองใหม่ ให้อยู่กับปัจจุบัน ที่เป็นจริงแท้” เป็นต้น

2. เปลี่ยนแปลงกิจกรรมในชีวิตจาก Online สู่ออฟไลน์ มากขึ้น

กลุ่มตัวอย่างบางส่วนจากทั้ง 4 กลุ่ม ระบุถึงกิจกรรมที่ตนเองใช้เพื่อให้ตนเองออกจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การพักผ่อน (นอน) การออกไปเพื่อพบปะกับกลุ่มเพื่อนและใช้เวลาด้วยกันกับเพื่อนสนิท การพูดคุยกับเพื่อนสนิท การให้เวลากับสัตว์เลี้ยง หยุดการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถเชื่อมต่อกับสื่อสังคมออนไลน์ได้ การซื้อป๊อป และการพัฒนาตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างบางส่วนระบุไว้ในข้อคำถาม ดังนี้ “นั่งสมาธิ” “คุยกับเพื่อนสนิท แลกเปลี่ยนความเห็นถึงความเป็นไปได้ใน social media ที่โพสต์ว่าของจริงหรือไม่” “Shopping!!!!” “หาอะไรที่ชอบทำแก้เครียด เช่นไปออกกำลังกาย สักระยะกับเพื่อน ปล่อยใจ ที่สำคัญคือต้องปลงให้ได้” “นัดทานข้าวกับเพื่อนๆ รับพลังงานดีๆ ในสังคมออฟไลน์” “ออกจากโซเชียล แล้วทำกิจกรรมอย่างอื่นแทน” เป็นต้น

3. ปรับเปลี่ยนเนื้อหาสื่อที่เปิดรับ และแพลตฟอร์มของสื่อที่เปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ได้มีการกล่าวถึงการเปิดรับสื่อ และเนื้อหาอื่นๆ ที่มักใช้เป็นการลดการเปรียบเทียบของตน โดยส่วนใหญ่ที่ระบุถึงเรื่องการเปลี่ยนแปลงสื่อและการเปิดรับสื่อ มุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนแพลตฟอร์มของสื่อ เช่น การเปลี่ยนไปใช้งานแอปพลิเคชันที่ตอกแทน การเปลี่ยนไปเปิดรับสื่อในแอปพลิเคชันอื่น ละคร ซีรีส์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ในขณะที่บางส่วนกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสื่อไปเปิดรับเนื้อหาที่เป็นธรรมชาติเพื่อจรรโลงจิตใจ หรือคลิปที่มีความตลกขบขัน บางส่วนระบุว่าเปลี่ยนไปดูคลิปที่เป็นสัตว์เลี้ยง อย่างสุนัข และแมวแทน รวมถึงการเลือกแชร์คลิปอื่นๆ เพื่อเป็นการดึงความสนใจของตนเองออกจากเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างบางส่วนระบุไว้ในข้อคำถาม ดังนี้ “ดูซีรีส์” “ดูคลิปหมาแมว หรือศิลปินดาราที่ชอบ” “หมั่นออกกำลังกาย ดูทีวี” “ดูซีรีส์ เล่นกับสุนัขที่บ้าน จัดบ้าน นอนหลับ และ ทำในสิ่งที่ชอบ” “เลิกดูโซเชียลมีเดีย ไปเปิดซีรีส์เกาหลีแทน” เป็นต้น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์ และแนวโน้มเงินเนอเรชั่น: แรงกดดัน ความรู้สึกด้อยค่า และการเยียวยาตนเอง สามารถสรุปและอภิปรายผลเป็นประเด็นหลักๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. Club Sandwich เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดและรับความกดดันมากที่สุดจากครอบครัว กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ใช้ Facebook เป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์หลัก มีความรู้สึกเปรียบเทียบกับชีวิตตนเองจากสื่อสังคมออนไลน์แบบได้รับแรงบันดาลใจมากกว่าเชิงลบ

จากผลสำรวจของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 441 คน (n = 441) พบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation มีสัดส่วนของผู้ที่อยู่ในช่วงเงินเนอเรชั่น Y (25 – 44 ปี) มากที่สุด มากถึงกว่าร้อยละ 60 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า กลุ่ม Sandwich Generation จากงานวิจัยนี้ มีบางส่วนของช่วงอายุทับซ้อนกันกับกลุ่ม Sandwich Generation ของประเทศอื่น เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นกลุ่มคนช่วงอายุ 40 – 49 ปี ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์มีช่วงอายุของ Sandwich Generation อยู่ที่ 30 – 35 ปี ในประเทศจีนคือกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุ 39 – 48 ปี เป็นต้น (Thairath Money, 2024) นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่ม Club Sandwich เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนใหญ่ที่สุดจากผลการวิจัย โดยมีกลุ่มตัวอย่างมากถึง 220 คน คิดเป็นร้อยละ 49.88 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยจำนวน 125 จาก 220 คน (ร้อยละ 56.81) ในกลุ่ม Club Sandwich เป็นคนที่มีช่วงวัยเงินเนอเรชั่น Y ซึ่งสะท้อนได้ว่า

ถึงแม้ว่าช่วงวัยที่ต่างกันของกลุ่มประชากร Sandwich Generation อาจเป็นอิทธิพลจากบริบททางสังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนโครงสร้างทางประชากรและช่วงอายุเฉลี่ยในการมีบุตรของแต่ละบริบทสังคมที่ไม่เท่ากัน แต่ยังมีช่วงอายุที่ทับซ้อนกันเมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยและช่วงอายุ Sandwich Generation ในประเทศอื่นๆ คือช่วงราว 40 – 44 ปี ซึ่งหากพิจารณาจากคำจำกัดความต้นฉบับของ Miller (1981) ที่ระบุว่า กลุ่ม Sandwich Generation คือกลุ่มที่มีการแบกรับความกดดันจากการดูแลคนรุ่นพ่อแม่ที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป โดยหากนำเกณฑ์อายุ 65 ปีของคนรุ่นพ่อแม่เป็นเกณฑ์ จะพบว่า กลุ่ม Sandwich Generation ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีช่วงอายุที่ห่างจากคนรุ่นพ่อแม่ไม่มากนัก (ราว 16 – 25 ปี) โดยเป็นตัวสะท้อนว่า สังคมในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นสังคมที่มีบริบทการมีบุตรในช่วงอายุที่ไม่มาก จึงส่งผลให้มีช่วงอายุที่เริ่มแบกรับความกดดันของ Sandwich Generation ในช่วงอายุที่มากกว่าประเทศทางแถบเอเชีย คือราว 40 – 49 ปี ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์ มีช่วงอายุของประชากรที่เริ่มเข้าสู่ภาวะ Sandwich Generation หรือต้องเริ่มรับความกดดันที่ต้องดูแลคนรุ่นพ่อแม่อายุ 65 ปี ตั้งแต่ช่วงอายุ 30 – 35 ปี โดยอาจเป็นอิทธิพลจากบริบททางสังคมที่มีบุตรในช่วงอายุที่มาก จึงทำให้ช่วงอายุระหว่างรุ่นพ่อแม่กับรุ่นลูกห่างกันมาก และทำให้รุ่นลูกต้องเข้าสู่ภาวะ Sandwich Generation ในช่วงอายุน้อย

จากงานวิจัยนี้พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่ม Sandwich Generation ของประเทศไทยอยู่ในช่วงเจนเนอเรชั่น Y คือตั้งแต่อายุ 25 – 44 ปี เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์อายุ 65 ปีของคนรุ่นพ่อแม่พบว่า บริบทของสังคมไทยอาจเป็นสังคมที่มีลูกในช่วงอายุที่มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาจากอายุน้อยที่สุดในเจนเนอเรชั่น Y จะมีระยะห่างระหว่างรุ่นลูกกับรุ่นพ่อแม่ได้ถึง 40 ปี

นอกจากนั้น จากนิยามลักษณะของ Sandwich Generation พบว่า กลุ่ม Sandwich Generation สามารถแบ่งออกตามนิยามแนวคิดของ Vonderohe, Friesen, and Brand (no date) ได้เป็น 3 กลุ่มคือ

- 1) *แซนวิชมาตรฐาน (Traditional Sandwich)* คือ กลุ่มคนที่ถูกประกบจากภาระทั้ง 2 รุ่น คือ รุ่นพ่อแม่ทั้งของตนเองและคู่สมรส และจากคู่สมรสและบุตร
- 2) *คลับแซนวิช (Club Sandwich)* คือ กลุ่มคนที่ถูกประกบจากภาระ 3 รุ่น คือ รุ่นพ่อแม่ทั้งของตนเองและคู่สมรส รุ่นปู่ย่าตายายทั้งของตนเองและคู่สมรส และจากคู่สมรสและบุตร
- 3) *แซนวิชเปิดหน้า (Open Face Sandwich)* คือ กลุ่มคนที่รับภาระในครอบครัวเพียงทางเดียว (ในที่นี้คือการดูแลผู้สูงอายุ) และมีภาระเรื่องการทำงาน

ซึ่งในงานวิจัยนี้ ยังพบลักษณะอื่นเพิ่มเติมจากนิยามข้างต้น คือ กลุ่ม Traditional Sandwich อาจรวมถึงผู้ที่ต้องดูแลรุ่นปู่ย่าตายาย และคู่สมรส-บุตร และกลุ่มคนที่ต้องดูแลคนรุ่นพ่อแม่ และรุ่นปู่ย่าตายาย รวมถึงกลุ่มคนที่เป็น Open Face Sandwich อาจไม่ได้จำกัดแค่การดูแลผู้สูงอายุ แต่ยังรวมถึงดูแลเพียงคู่สมรส-บุตร เพียงทางเดียวอีกด้วย โดยความน่าสนใจคือ ผลการวิจัยพบว่า แต่ละลักษณะของ Sandwich Generation มีความสิ้นเปลืองมากกว่านิยามที่ระบุไว้ข้างต้น โดยกลุ่มตัวอย่างมีการระบุถึงกลุ่มคนที่เป็นคนรุ่นปู่ย่าตายายอยู่ด้วย ทั้งในรูปแบบของ Traditional Sandwich ที่ต้องดูแลทั้งคนรุ่นพ่อแม่ และปู่ย่าตายาย ซึ่งส่งผลให้นิยามของแต่ละรูปแบบของ Sandwich Generation ควรมีการระบุรูปแบบกลุ่มคนที่ต้องดูแลที่มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

ในด้านพฤติกรรมและการเปรียบเทียบตนเองจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานมากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก โดยมีการเข้าใช้งานเป็นประจำทุกวัน อยู่ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ 30 นาที – 2 ชั่วโมง โดยมีความใกล้เคียงกับ Chaffey (2024) ที่ระบุว่า ผู้คนเกินครึ่งของประชากรโลกมีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันอยู่ที่ 2.20 ชั่วโมง และสอดคล้องกับสถิติการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของคนไทย (Chinda, 2024) ที่พบว่าโดยเฉลี่ยคนไทยใช้เฟซบุ๊กอยู่ที่ประมาณ 48 นาทีต่อวัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับสถิติอันดับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด โดยเฟซบุ๊ก (Facebook) ยังคงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุด โดยมีกลุ่มที่ใช้งานมากที่สุดคือ Baby Boomers, เจนเนอเรชั่น X และ เจนเนอเรชั่น Y และมีการใช้งานมากถึงร้อยละ 91.5 ในคนไทยอายุ 16 – 60 ปี (Chinda, 2024)

ในด้านของการเปรียบเทียบตนเองของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ระบุว่า ตนเองพบเห็นเนื้อหาประเภทสื่อสารการมีสุขภาพจิตที่ดี จากผู้ใช้งานคนอื่นๆ มากที่สุดจากทั้ง 5 ประเภทเนื้อหา ตามแนวคิดของ McComb, Vanman, and Tobin (2023) และในขณะเดียวกัน ตนเองมีการสร้างเนื้อหาในลักษณะเดียวกันเข้าสู่สังคมออนไลน์มากที่สุดเช่นกัน ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถสะท้อนได้ว่า กลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทย มีความสนใจในเนื้อหาประเภทสื่อสารการมีสุขภาพจิตที่ดี (เนื้อหาตลกขบขัน ความสุข ความรัก โชคลาภ ความโชคดี ข้อความบันเทิง) มากที่สุด และอาจมีความสัมพันธ์กับระบบคัดกรองเนื้อหา (Algorithm) ในเฟซบุ๊ก โดยระบบมักจะนำเสนอเนื้อหาที่ผู้ใช้งานมีความสนใจ หรือมีความข้องเกี่ยวให้ปรากฏมากกว่าเนื้อหาในลักษณะอื่นๆ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างระบุว่าพบเห็นเนื้อหาหลักขณะดังกล่าวมากที่สุดเช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าจะเป็นเนื้อหาที่มีการแสดงออกถึงความเป็นผู้มีสุขภาพจิตที่ดี แต่เมื่อพิจารณาตามแนวคิดเกี่ยวกับ Facebook Depression Syndrome แล้วพบว่า การสื่อสารเนื้อหาหลักขณะดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่มีลักษณะดึงดูดให้เกิดปฏิสัมพันธ์จากบุคคลอื่นๆ ในเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็น 1 ใน 6 ลักษณะอาการของภาวะซึมเศร้าจากการใช้เฟซบุ๊กซึ่งเป็นอาการทางจิตเวชอย่างหนึ่งได้เช่นกัน (Kiatrungrit, 2017) โดยกลุ่มตัวอย่างอาจพบว่า การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้สามารถทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์จากผู้ใช้งานคนอื่นๆ ได้มาก จึงทำให้เลือกที่จะนำเสนอเนื้อหาประเภทสื่อสารการมีสุขภาพจิตที่ดีเข้าสู่ระบบสังคมออนไลน์ได้ และเมื่อนำเสนอเนื้อหาในลักษณะดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ใช้งานพบเพียงแต่เนื้อหาที่นำเสนอความสมบูรณ์แบบในชีวิต ซึ่งอาจส่งผลต่อการเปรียบเทียบกับชีวิตของตนเองตามมาได้ (Sikarin Hospital, n.d.)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation เกิดการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) จากการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และเปรียบเทียบกับชีวิตตนเอง ตามแนวคิดการเปรียบเทียบตนเองของ Festinger (1954) ที่ระบุเกี่ยวกับแนวคิดการเปรียบเทียบทางสังคมว่า มนุษย์มีแรงขับเคลื่อนภายในที่ต้องการจะเปรียบเทียบกับผู้อื่นเพื่อสร้างการประเมินที่ถูกต้องในความเป็นตนเอง (Accurate Self-Appraisals) ผ่านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตนเอง เช่น ความสามารถ ความสำเร็จ ทักษะ และรูปลักษณ์ทางกายภาพ ซึ่งมนุษย์มักจะหาเกณฑ์ที่เป็นวัตถุวิสัยก่อน แต่หากไม่สามารถหาเกณฑ์การเปรียบเทียบที่เป็นวัตถุวิสัยได้ มนุษย์จะเปรียบเทียบชีวิตตนเองกับสิ่งที่เห็น เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาที่ผลการวิจัยระบุว่ามีการพบและได้รับการผลิตมากที่สุด (เนื้อหาที่สะท้อนว่าเป็นผู้มีสุขภาพจิตที่ดี) พบว่าเป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถมีเกณฑ์ที่เป็นวัตถุวิสัยได้ จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการเปรียบเทียบตนเองกับสิ่งที่พบเห็นตามแนวคิดของ Festinger (1954) โดยเมื่อพิจารณาพร้อมกับแนวคิดของ Jan, Soomro, and Ahmad (2017) ที่ระบุว่า การเปรียบเทียบทางสังคมสามารถเกิดขึ้นได้ใน 2 ทาง โดย อาจจะเป็นความรู้สึกว่ามีแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนเพื่อให้ตนเองได้เข้าใกล้สิ่งที่เห็นมากขึ้น (Assimilation) หรือความรู้สึกว่าไม่สามารถไปอยู่จุดนั้นได้ หรือหมดหนทางที่ตนเองจะไปสู่สิ่งที่เห็นได้ (Contrast) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 4 กลุ่ม (รวม Non-Sandwich) เกิดความรู้สึกเปรียบเทียบทางสังคมในเชิงบวก กล่าวคือ เกิดเป็นแรงบันดาลใจในระดับที่รู้สึกว่าจะสิ่งนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นกับชีวิตตนเองได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาในลักษณะการสื่อสารความภูมิใจในตนเอง และการแสดงเป้าหมายและความสำเร็จ ส่งผลต่อระดับความรู้สึกการเปรียบเทียบของกลุ่ม Sandwich Generation ได้มากที่สุด ในขณะที่เนื้อหาประเภทการนำเสนอความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพ เกิดการเปรียบเทียบทางสังคมในเชิงบวกน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า ความรู้สึกในเชิงบวกดังกล่าวอาจเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบกับทั้งสิ่งที่เหนือกว่าตน (Upward Comparison) หรือ กับสิ่งที่ด้อยกว่าตน (Downward Comparison) ก็ได้ จึงเกิดเป็นความรู้สึกเชิงบวกดังกล่าวตามมา ซึ่งเมื่อพิจารณาตามแนวคิดของ McComb, Vanman, and Tobin (2023) และ Jan, Soomro, and Ahmad (2017) ที่ระบุว่า การเปรียบเทียบตนเองเกิดขึ้นได้ใน 2 ทิศทาง คือ (1) การเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าเหนือกว่าตน (Upward Comparison) ที่สามารถก่อให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจ แต่โดยทั่วไปมักก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงลบ เช่น ความอิจฉา ความว้าวุ่นใจ ความขุ่นเคืองใจ หรือความรู้สึกเศร้าหมองในใจ ซึ่งเป็นการทำให้เกิดความรู้สึกด้อยค่าในการประเมินตนเอง (Lowered Self-Evaluation) ที่มักเป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าเหนือกว่าตน ในขณะที่ (2) การเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าด้อยกว่าตน (Downward Comparison) ที่มักนำไปสู่ความรู้สึกในเชิงบวกต่อตนเอง อาจอนุมานได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาที่

ก่อให้เกิดความรู้สึกด้อยกว่าสิ่งที่ตนมีอยู่ เนื่องจากการเปรียบเทียบในลักษณะ Downward Comparison ดังกล่าวมีโอกาสนำไปสู่ความรู้สึกเชิงบวกต่อตนเองได้มากกว่าการเปรียบเทียบแบบ Upward Comparison ซึ่งควรต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของลักษณะเนื้อหา และการเกิดความรู้สึกเปรียบเทียบในเชิงบวกตามที่ปรากฏในผลการวิจัย หรืออาจมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกจากการเปรียบเทียบแบบ Upward Comparison ต่อไป

นอกจากนี้ ผลการวิจัยไม่พบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าในระดับต่ำ หรือผลที่เป็นค่าติดลบ จากการเก็บข้อมูลแบบ Bipolar Scale จากการเปรียบเทียบทางสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งไม่เป็นไปตามแนวคิดของ Liu, Xu, Kuai, Deng, Wang, and Luo (2022) ที่ระบุว่า การเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) เป็นการเปรียบเทียบตนเองกับเนื้อหาต่างๆ ที่ผ่านการเลือกมาแล้วของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ รวมถึงการนำเสนอความรู้สึกต่างๆ ลงในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก “ด้อยค่า” ตนเอง (Inferiority-Related Data) ของผู้ใช้งาน โดยอาจเป็นไปได้ว่า ในบริบทของประเทศไทย และผู้ใช้งานชาวไทยมีความแตกต่างทางปัจจัยของบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ หรือรวมถึงความแตกต่างจากรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่ม Sandwich Generation ในประเทศไทยเปรียบเทียบกับในบริบทของประเทศอื่นๆ โดยอาจจะต้องศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยแวดล้อมที่ทำให้เกิดความแตกต่างของผลการวิจัยต่อไปในอนาคต

เมื่อพิจารณาจากลักษณะเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างพบบ่อยที่สุด และทิศทางในการเปรียบเทียบตนเองดังกล่าวข้างต้น สามารถอนุมานได้ว่า กลุ่ม Sandwich Generation ในประเทศไทย สามารถได้รับแรงบันดาลใจว่าสิ่งที่พบนั้นสามารถเกิดขึ้นในชีวิตตนเองได้เช่นกัน จากเนื้อหาที่สื่อสารความมีสุขภาพจิตที่ดี ได้แก่ เนื้อหาดลกขบขัน ความสุข ความรัก โชคลาภ ความโชคดี หรือข้อความบันเทิงใจได้ ซึ่งกลุ่มองค์กรหรือภาคธุรกิจที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่ม Sandwich Generation ในประเทศไทย สามารถเลือกผลิตเนื้อหาลักษณะดังกล่าว เพื่อก่อให้เกิดแรงบันดาลใจ หรือการเปรียบเทียบตนเองในทิศทางบวกแก่กลุ่มเป้าหมายได้เช่นกัน โดยเมื่อทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่ม Sandwich Generation ทั้ง 4 กลุ่ม มีระดับความรู้สึกเปรียบเทียบทางสังคมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.096$)

ผลการวิจัยที่น่าสนใจคือ เมื่อทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบค่าที (t-test) กลับพบว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน มีผลต่อระดับความรู้สึกเปรียบเทียบทางสังคมในเชิงบวกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความรู้สึกเปรียบเทียบทางสังคมในเชิงบวกน้อยกว่าในระดับรายได้อื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ในขณะที่กลุ่ม Sandwich Generation ที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท มีระดับความรู้สึกเปรียบเทียบทางสังคมในเชิงบวก สูงกว่าระดับรายได้อื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

2. ความกดดันจากครอบครัวของ Sandwich Generation มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้สึกกดดันในหน้าที่การงาน

จากแนวคิดของ Khotwanta (2022) และ Cheng and Santos-Lozada (2024) ที่ระบุถึงความกดดันจากภาระในครอบครัวที่กลุ่ม Sandwich Generation ต้องเผชิญใน 2 ด้าน คือ ด้านความกดดันจากการต้องสนับสนุนทางการเงิน (Money Transfer) และความรู้สึกกดดันจากการใช้เวลาทั้งการดูแลทางกายภาพ และการดูแลทางอารมณ์ความรู้สึก (Time Transfer) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 3 กลุ่ม ระบุถึงระดับความกดดันจากภาระทั้ง 2 ส่วน สอดคล้องกับแนวคิดของ Khotwanta (2022) และ Cheng and Santos-Lozada (2024) ข้างต้น โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับเฉลี่ยความกดดันจากการดูแลครอบครัวในการสนับสนุนทางการเงิน (Money Transfer) มากกว่าการใช้เวลา (Time Transfer) โดยกลุ่ม Club Sandwich เป็นกลุ่มที่มีระดับความรู้สึกกดดันจากการดูแลครอบครัวสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 1.868 อยู่ในระดับรู้สึกกดดันปานกลาง) ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Cheng and Santos-Lozada (2024) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาวะ Sandwich Generation ที่ต้องดูแลคนในครอบครัวด้วยการใช้เวลา (Time Transfer) มีระดับสภาวะความเครียดรุนแรงสูงกว่ากลุ่มที่ดูแลคนในครอบครัวด้วยการสนับสนุนทางการเงิน (Money Transfer) ถึง 2 เท่าตัว ทั้งนี้ อาจเป็นผลจากส่วนบริบทเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีความเติบโตช้าในปัจจุบัน ทำ

ให้เกิดภาวะความตึงเครียดและกดดันทางสถานะทางการเงินกับประชากรหลายกลุ่ม รวมถึงกลุ่ม Sandwich Generation ที่นอกจากต้องใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีพแล้ว ยังต้องรับแรงกดดันจากการสนับสนุนทางการเงินแก่คนรุ่นพ่อแม่สูงอายุด้วยอีกทาง จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างระบุวาทนเองรับแรงกดดันจากการสนับสนุนทางการเงินมากกว่าการให้เวลาในการดูแลคนในครอบครัวได้

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาจากระดับความรู้สึกกดดันในด้านการงานแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ระบุถึงความรู้สึกกดดันจากด้านการบริหารการเงิน จากด้านความต้องการรายได้ที่มากขึ้น อยู่เป็นอันดับต้นๆ จากทั้ง 9 ข้อคำถาม จึงเป็นไปได้ว่า ความกดดันจากภาวะเศรษฐกิจ การบริการการเงินและรายรับจากการทำงานของกลุ่ม Sandwich Generation มีความเกี่ยวเนื่องกันกับระดับความรู้สึกกดดันในการดูแลครอบครัวในด้านการเงินมากกว่าการให้เวลาได้ และผลการวิจัยยังพบว่า ระดับความรู้สึกกดดันจากการดูแลครอบครัว มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อระดับความรู้สึกกดดันในการงาน ในระดับความแข็งแกร่งปานกลาง ($r = 0.589$) โดยมีส่วนการแสดงความสัมพันธ์ คือ

$$\text{ระดับความรู้สึกกดดันจากการทำงาน} = 0.5372(\text{ระดับความรู้สึกกดดันจากครอบครัว}) + 1.4838$$

กล่าวคือ เมื่อกลุ่ม Sandwich Generation มีความรู้สึกกดดันจากการดูแลครอบครัวมากขึ้น กลุ่ม Sandwich Generation มีแนวโน้มที่จะเกิดความรู้สึกกดดันจากการทำงานมากขึ้นตามไปด้วย

3. การปรับวิธีการสื่อสารกับตนเอง – ปรับกิจกรรมเป็น Offline - ปรับช่องทางและเนื้อหาที่เปิดรับ 3 วิธีที่ Sandwich Generation ใช้เพื่อเยียวยาความรู้สึกตนเอง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง Sandwich Generation ทั้ง 4 กลุ่ม ระบุถึงวิธีการเยียวยาความรู้สึกตนเองหากเกิดความรู้สึกเชิงลบจากการเปรียบเทียบทางสังคมจากเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเปลี่ยนแปลงการสื่อสารใน 3 ลักษณะ คือ

1) *ปรับเปลี่ยนการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication)* ให้เกิดการคิดถึงความแตกต่างในความเป็นจริง การมองคนอื่นที่ด้อยกว่า การทำใจเพื่อยอมรับ การตั้งเป้าหมายในชีวิตและการวางแผนเพื่อให้ไปถึงเป้าหมาย เป็นต้น ซึ่งในส่วนนี้มีคำตอบจากกลุ่มตัวอย่างบางส่วน สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการเปรียบเทียบแบบ Downward Comparison ตามแนวคิดของ Jan, Soomro, and Ahmad (2017) อยู่ด้วย เช่น “พยายามนึกถึงคนที่ต้องลำบาก และขาดปัจจัยมากกว่าเรา เค้ามีความพยายามและความยากลำบากกว่าเรามาก หรือทำกิจกรรม งานอดิเรก” “พยายามมองสิ่งอื่น หรือบุคคลอื่นที่ลำบากกว่าตนเอง หรือหาสิ่งอื่นที่ดูแล้วทำให้สบายใจขึ้น เช่น รูปสัตว์น่ารัก เป็นต้น” ซึ่งการปรับวิธีการเปรียบเทียบตนเองให้อยู่ในลักษณะ Downward Comparison สามารถเป็นวิธีในการเยียวยาความรู้สึกได้ เนื่องจากเป็นการก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกแก่ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้

2) *ปรับเปลี่ยนกิจกรรมจาก Online เป็น Offline* ทำให้เกิดการละพฤติกรรมจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยเปลี่ยนเป็นกิจกรรมและการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เช่น การพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่สามารถทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ เช่น การออกกำลังกาย การเล่นกับสัตว์เลี้ยง การนั่งสมาธิ ซึ่งการลดหรือการจำกัดเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสอดคล้องกับแนวคิดการป้องกัน Facebook Depression Syndrome (Kiatrungrit, 2017; Sikarin Hospital, n.d.) ที่ระบุว่า การใช้เวลาในสื่อสังคมออนไลน์อย่างเพชฌัญญามากเกินไป สามารถทำให้เกิดอาการเสพติดได้ และนำมาซึ่งภาวะการซึมเศร้าจากเพชฌัญญามากมา ดังนั้นผู้ใช้งานควรมีการจำกัดช่วงเวลาในการใช้งาน หรือเพิ่มกิจกรรมที่ไม่ต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อป้องกันการเกิดภาวะซึมเศร้าจากการใช้เพชฌัญญามาก

3) *ปรับเปลี่ยนเนื้อหา (Content) ที่เปิดรับและแพลตฟอร์มที่ใช้* เพื่อทำให้เกิดการใช้เวลาในสื่อเนื้อหาอื่นๆ หรือช่องทางอื่นๆ แทนการเปิดรับสื่อผ่านสังคมออนไลน์ เช่น การฟังเพลง การฟังธรรมะ การดูภาพยนตร์ ละคร หรือการเปลี่ยนไปดูคลิปตลกขบขัน คลิปเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์ และแซนวิชเจนเนอเรชัน: แรงกดดัน ความรู้สึกด้อยค่า และการเยียวยาตนเอง สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารและการวางแผนที่ภายในครอบครัวให้เกิดความเข้าใจ สามารถลดความรู้สึกกดดันของกลุ่ม Sandwich Generation ได้ทั้ง 2 ทาง คือทั้งจากการดูแลครอบครัว และความรู้สึกกดดันในการทำงาน เนื่องจากทั้ง 2 ส่วนนี้มีความสัมพันธ์กันในระดับแข็งแรงปานกลาง องค์กรหรือหน่วยงานอาจมีการปรับระเบียบให้เกิดความยืดหยุ่นสำหรับกลุ่ม Sandwich Generation มากขึ้น เพื่อให้สามารถรับมือกับความรู้สึกกดดันได้ดีขึ้น
2. ลักษณะเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ที่ก่อให้เกิดแรงขับเคลื่อน หรือการเปรียบเทียบทางสังคมในเชิงบวกแก่กลุ่ม Sandwich Generation ได้มากที่สุด คือเนื้อหาประเภทการนำเสนอความภูมิใจในตนเอง และเนื้อหาที่นำเสนอเป้าหมาย ความต้องการเป็น/มิ/ได้รับความสำเร็จ กลุ่ม Sandwich Generation ในขณะที่ลักษณะเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกน้อยที่สุด คือเนื้อหาประเภทการนำเสนอความเป็นอยู่ทางกายภาพที่ดี ดังนั้น กลุ่ม Sandwich Generation ควรเลือกเปิดรับเนื้อหาเพื่อเสริมสร้างกำลังใจให้แก่ตนเอง โดยอาจเลือกติดตามผู้นำทางความคิด หรือทำหน้าที่เป็นผู้สร้างเนื้อหาในลักษณะดังกล่าวในสื่อสังคมออนไลน์ต่อไป
3. กลุ่ม Sandwich Generation อาจเป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจทางการตลาดและเทคโนโลยี อาจเลือกสื่อสารผ่านการสร้างเนื้อหาที่นำเสนอความสำเร็จ หรือเป้าหมาย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อก่อให้เกิดแรงบันดาลใจแก่กลุ่ม Sandwich Generation และทำให้เกิดความผูกพันกับตราสินค้าต่างๆ ในระยะยาว จนนำไปสู่ความเชื่อใจ และเกิดการซื้อขายสินค้าหรือบริการจากตราสินค้านั้น ตลอดจนการศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนกลุ่มนี้ได้ต่อไป
4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันของ Sandwich Generation กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มเติม เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของสื่อดิจิทัลในการจัดการกับภาระทางอารมณ์มากขึ้น รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความกดดันของ Sandwich Generation ในบริบทของประเทศอื่นๆ โดยพิจารณาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม
5. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบของเนื้อหาที่ทำให้เกิด Upward Comparison ในลักษณะของการได้รับแรงบันดาลใจ และการเกิดความรู้สึกเชิงบวก เพื่อที่จะทราบขอบเขตของเนื้อหาที่เกิดประโยชน์ และสร้างสรรค์แรงบันดาลใจสำหรับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ได้ต่อไป

บรรณานุกรม

- Ansongkhram, A. (2015). *The Effect of Social Media on Working Citizens in Bangkok and the Surrounding Areas* (Research Report). Khonkaen: Sripatum University.
- Bangkokbiznews. (2022). “Sandwich Generation” – The Working Lives with the Pressures from “Children” and “Parents”. Retrieved July 6, 2024, from <https://www.bangkokbiznews.com/finance/investment/1028950>
- Bangkokbiznews. (2024). KKP Indicates 30% of Thais Don’t Have Adequate Money for Their Retirement, another 60% Have Less Than 200,000 Baht. Retrieved April 12, 2025, from <https://www.bangkokbiznews.com/finance/investment/1126116>
- Bergl, V. (n.d.). *The Sandwich Generation*. Retrieved July 6, 2024, from https://www.solutions-eap.com/Customer-Content/WWW/CMS/files/8-11_Sandwich_Generation.pdf
- Cheng, K. J. G., & Santos-Lozada, A. R. (2024). Mental and Physical Health among ‘Sandwich’ Generation Working-Age Adults in the United States: Not All Sandwiches Made Equal. *Elsevier*, 26. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2024.101650>

- Chinda, M. (2024). *10 Facebook Statistics Thai Marketers Should Know*. Retrieved April 16, 2025, from <https://thedigitaltips.com/blog/facebook/facebook-statistics-in-thailand-update-2024/>
- Dharmniti. (2020). *5 Generations*. Retrieved July 6, 2024, from https://www.dst.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=3938:5-generations-difference&catid=29&Itemid=180&lang=th
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117 – 140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700>
- Jan, M., Sommo, S. A., & Ahmad, N. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal*, 13(23), 329 – 341.
- Khotwanta, T. (2022). ‘Sandwich Generation’ the Age of Burden – Children and Ageing Parents. Retrieved July 6, 2024, from <https://thematter.co/social/sandwich-เจนเนอร์เรชั่น/171499>
- Kiatrungrit, K. (2017). *Social Media Usage to Suicide Issue*. Retrieved April 12, 2025, from <https://www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/article/ปัญหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์/>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Liu, Y., Xu, C., Kuai, X., Deng, H., Wang, K., & Luo, Q. (2022). Analysis of the Causes of Inferiority Feelings Based in Social Media Data with Word2Vec. *Scientific Reports*, 12(1), 5218. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-09075-2>
- Looy, A. V. (2016). *Social Media Management: Technologies and Strategies for Creating Business Value*. London: Springer.
- McComb, C. A., Vanman, E. J., & Tobin, S. (2023). A Meta-Analysis of the Effects of Social Media Exposure to Upward Comparison Target on Self-Evaluation and Emotions. *Media Psychology*, 26(5), 612 – 635.
- Miller, D. A. (1981). The ‘Sandwich’ Generation: Adult Children of Aging. *The Social Work*, 26(5), 419 – 423.
- National Statistical Office. (2024). *Executive Summary: The Survey of Economic and Social Status of Thai Household in 2024*. Bangkok: National Statistical Office.
- Sikarin Hospital. (n.d.). *Social Addiction: Effects from Social Media Addiction*. Retrieved April 12, 2025, from <https://www.sikarin.com/health/social-addiction>.
- Taylor, P., Parker, K., Patten, E., & Motel, S. (2013). *The Sandwich Generation: Rising Financial Burdens for Middle-Aged Americans*. Washington D.C.: Pew Research Center.
- Thailand Board of Investment. (2024). *Population Statistics*. Retrieved July 6, 2024, from <https://www.boi.go.th/index.php?page=demographic>
- Thairath Money. (2024). *Sandwich Generation – More Debt, in Economic Crisis – 170 Million Chinese Families are in*. Retrieved July 6, 2024, from https://www.thairath.co.th/money/business_marketing/executive_interviews/2777187
- The Bureau of Registration Administration. (2024). *Thai Population Statistics by Age*. Retrieved April 12, 2025, from <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statyear/#/TableAge>.

- U.S. Public Health Service. (2023). *Social Media and Youth Mental Health*. Retrieved from <https://www.hhs.gov/sites/default/files/sg-youth-mental-health-social-media-advisory.pdf>.
- Vonderohe, R., Friesen, J., & Brand, G. (n.d.). *The Sandwich Generation*. Retrieved July 6, 2024, from <https://child.unl.edu/589ffe7e-7f7a-48d5-b883-95e7adb5bd91.pdf>.
- Williams, B. K., & Sawyer, S. C. (2010). *Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers and Communications* (9th ed.). USA: McGrawHill.
- Zhang, Y. T., Li, R. T., Sun, X. J., Peng, M., & Li, X. (2021). Social Media Exposure, Psychological Distress, Emotion Regulation, and Depression During the COVID-19 Outbreak in Community Samples in China. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 644899. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.644899>.

Received: 01-02-2025

Revised: 15-04-2025

Accepted: 06-05-2025

การกำกับดูแลเนื้อหาวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ Content Regulation of Inappropriate User-Generated Video Content on Facebook Fanpages

ศิริินภา พิมพอร์ณ^{*1}

Sirinapa Pimaran

pimaran.sirinapa@gmail.comมนวิภา วงรุกริระ²

Monwipa Wongrujira

monwipaw@hotmail.comศิริวรรณ อนันต์ไท²

Siriwan Anuntho

Drsiriwana@gmail.comอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว³

Asawin Nedpogaeo

Asawin.n@nida.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคม 2) สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคม และ 3) แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย โดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี เชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ 24 เพจ ที่สร้างโดยผู้ใช้งานจำนวน 116 คลิป เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ และเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก 9 คน เลือกโดยวิธีเจาะจง ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการการสื่อสาร 3 คน นักวิชาการนิเทศศาสตร์ 4 คน และจากองค์กรภาคประชาสังคม 2 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุป

* Corresponding Author

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

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

² สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

³ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration

ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นั้นพบมากที่สุดในด้านภาษาที่ไม่เหมาะสม คือ คำสับถวญรองลงมาด้านความรุนแรง คือการดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ และด้านเพศ คือ เปิดเผยสรีระและการแต่งกายล่อแหลม 2) สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมพบว่า ไม่มีหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทหน้าที่กำกับดูแลเนื้อหาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม ไม่มีกฎหมายกำกับดูแลเนื้อหาสื่อสังคมโดยตรง และรัฐมีทรัพยากรจำกัดในการกำกับดูแลเนื้อหาบริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมมักจะปฏิบัติตามกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมในการกำกับดูแลเนื้อหาของประเทศแหล่งกำเนิดแพลตฟอร์มเป็นหลัก สำหรับประเทศไทยยังไม่มียองคร์กรวิชาชีพกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อสังคมตามมาตรฐานทางจริยธรรม และระบบการกลั่นกรองเนื้อหาของแพลตฟอร์มยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ภาคประชาสังคมยังไม่มีอำนาจและมีข้อจำกัดในการใช้กฎหมายกำกับเนื้อหาสื่อสังคม อีกทั้งมีปัญหาการร่วมมือกับภาครัฐและภาคส่วนอื่นๆ และปริมาณงานที่ไม่สอดคล้องกับทรัพยากรด้านบุคลากรและเงินทุน สำหรับกลุ่มเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นั้นหรือ User-Generated Content (UGC) ให้ความสำคัญกับแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มและคำนึงถึงรายได้มากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม 3) แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาภาครัฐควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างสื่อ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศ และควรร่วมมือกำกับดูแลกับหลายภาคส่วน ควรปรับปรุงกฎหมายให้มีความเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และคำนึงถึงผลกระทบต่อเยาวชน บริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมควรร่วมกับองค์กรภาครัฐและสำนักงานแพลตฟอร์มสื่อสังคมประจำประเทศไทยเพื่อกำหนดนโยบายและดำเนินการกำกับดูแลเนื้อหาภาคประชาสังคมควรร่วมมือกัน และจัดตั้งสภาผู้บริโภคเพื่อเป็นกลไกในการกำกับดูแลเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรส่งเสริมแนวคิดมนุษยธรรมดิจิทัล และสนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัลของกลุ่มเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นั้นหรือ UGC

คำสำคัญ: การกำกับดูแลเนื้อหา, เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม, เนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นั้น, สื่อสังคม, เพชบุ้ก

Abstract

The research aimed to study 1) the characteristics of inappropriate video content generated by users on social media; 2) the current situation of content regulation regarding inappropriate user-generated content on social media; and 3) approaches for improving content regulation of user-generated content on social media in the context of Thai society. This was mixed-methods research. For the quantitative part, the content analysis sample was chosen through multi-stage sampling. It consisted of 116 user-generated video clips on 24 Facebook fan pages. The data were statistically analyzed using frequency and percentage. For the qualitative part, the method was an in-depth interview. The 9 key informants, chosen through purposive sampling, consisted of 3 individuals responsible for setting communication policies at government communications entities, 4 communication arts scholars, and 2 representatives of civil society organizations. Data were analyzed by drawing conclusions.

The results showed that 1) the most common types of inappropriate user-generated video content on the Facebook fan pages studied were the use of inappropriate language (curse words), followed by violence (adapting common objects to be weapons) and sexual content (exposing body parts or wearing revealing garments). 2) For the situation of inappropriate content regulation, the results showed that there is no government agency responsible for content regulation on social media platforms, and there is no law directly related to content regulation on social media. The government lacks resources to oversee social media content because it is vast and always increasing. In their content administration, the corporate owners of the social media platforms primarily follow the laws and the social and cultural norms of their countries of origin. In Thailand, there is not yet any professional organization responsible for overseeing social media content to make sure it is in line with ethical standards. The content screening systems of the platforms are currently inefficient. Civil society lacks power and is limited in its ability to use the laws to address inappropriate content on social media. Civil society organizations also face problems in coordinating with government agencies and other sectors. In addition, their personnel and financial resources are small compared to the volume of work. Social media users who generate content place more importance on the platform's guidelines and revenue than on social responsibility. 3) Recommended approaches for improving content regulation are: When establishing communication policy and formulating legislation about content regulation, policymakers must consider the equilibrium among media, society, and national culture. They should cooperate with other sectors to work on content regulation. Legislation must be revised to align with technology advancements and consider their effects on youth. The corporate social media platform owners and their offices in Thailand should be legally required to join with a Thai government agency to set content administration policy and oversee content administration operations. Civil society organizations should work in partnership and set up a consumer federation as a mechanism to make content administration more efficient. They should promote the concepts of digital humanitarianism and digital intelligence among UGC.

Keywords: Content regulation, Inappropriate content, User-Generated Content, Social media, Facebook

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่มีการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตหรือระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่สุดในโลกเมื่อปี พ.ศ. 2512 ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในยุคนั้นส่งผลให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ทั่วโลก และได้รับการยอมรับว่าเป็นนวัตกรรม

ทางการสื่อสารของโลก ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารอย่างชัดเจน หลังจากนั้นไม่นานก็เริ่มมีผลิตภัณฑ์และบริการรองรับกิจกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากมาย เช่น สื่อสังคม (social media) ที่มีบทบาทต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม หรือเปลี่ยนพฤติกรรมสื่อสารของคนทั่วโลก สื่อสังคมคือรูปแบบหนึ่งของเว็บ 2.0 ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายทางสังคม (social network) ที่เน้นการแบ่งปันข้อความ รูปภาพ และสื่อประสมต่างๆ กับผู้อื่นๆในระบบ และส่งเสริมให้ผู้ใช้สร้างเนื้อหาที่หลากหลาย ตามที่ Kaplan and Haenlein (2010) ได้กล่าวถึงสื่อสังคมว่าเป็นกลุ่มของโปรแกรมสำเร็จรูปบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบนพื้นฐานแนวคิดและเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ซึ่งมีอิสระในการสร้างสรรค์และเผยแพร่เนื้อหาแบบเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้หรือ User-Generated Content (UGC)

ด้วยเหตุนี้สื่อสังคมจึงกลายเป็นพื้นที่สาธารณะ ซึ่งผู้ใช้มีอิสระในการแสดงมุมมองอย่างเปิดเผย ทำให้ผู้ใช้มีเสรีภาพในการแสดงออกทางความคิดอย่างเสรี ผ่านการสร้างสรรค์ผลิตเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ เป็นการเปลี่ยนจากผู้รับสารแบบถูกกระทำ (passive audience) มาเป็นผู้ใช้ที่อินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้รับสารแบบผู้กระทำ (active audience) กล่าวได้ว่าพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้คนได้ปรับเปลี่ยนไปจากการสื่อสารแบบเดิมหรือการสื่อสารทางเดียวเป็นการสื่อสารสองทางซึ่งมีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา นั้นๆมากขึ้นด้วยการสร้างสรรค์ ผลิต และเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อสังคมหลากหลายแพลตฟอร์ม (Nightingale, 2011) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) เอ็กซ์ (X) เป็นต้น

จากการสำรวจของ We Are Social and Meltwater (2025) พบว่า คนไทยมีการใช้งานโซเชียลมีเดียจำนวน 51.0 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 71.1 ของประชากรทั้งหมด โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่นิยมทำกิจกรรม เช่น ค้นหาข้อมูล ติดตามข่าวสาร ชมภาพยนตร์ รายการ คลิปวิดีโอ ค้นหาแรงบันดาลใจ และสร้างรวมถึงเผยแพร่เนื้อหา เช่น การอัปโหลดภาพ คลิปวิดีโอ และข่าวสารและจากรายงาน Digital 2025: Thailand โดย We Are Social and Meltwater (2025) ระบุว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประมาณ 51 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 71.1 ของประชากรทั้งหมด โดยแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ Facebook ซึ่งมีอัตราการใช้งานถึงร้อยละ 90.7 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต (DataReportal, 2025)

เนื่องจากเฟซบุ๊กมีจุดเด่นในเรื่องการเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็ว และไม่จำกัดผู้ใช้ในเรื่องเพศ อายุ รายได้ และเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมที่นิยมใช้มากที่สุด เพียงแค่ลงทะเบียนเป็นสมาชิกของเฟซบุ๊กก็สามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัวให้เป็นช่องทางในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาเนื้อหาในรูปแบบ การส่งข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ อีกทั้งเฟซบุ๊กมีบริการที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่ใช้สร้างเนื้อหา (UGC) โดยเนื้อหาเหล่านี้ถูกสร้างโดยผู้ใช้ในรูปแบบหน้าเพจบัญชีส่วนตัวหรือเพจสำหรับบุคคล (Facebook Profile) และในรูปแบบเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) ทั้งนี้รูปแบบของบัญชีเฟซบุ๊กทั้ง 2 ประเภทนั้นมีความแตกต่างกันที่เพจบัญชีส่วนตัวหรือเพจสำหรับบุคคลใช้เพื่อการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข่าวสาร โพสต์ภาพถ่าย หรือวิดีโอ ซึ่งรูปแบบนี้ผู้ใช้นิยมสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก แต่มีข้อจำกัดจำนวนการเพิ่มเพื่อนและการโพสต์ข้อความ ภาพ และวิดีโอของผู้ใช้ต่อวัน รวมทั้งจำกัดการเห็นข้อความในกลุ่มเพื่อนที่ได้รับ ในขณะที่เฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนจำนวนมากได้รู้สิ่งที่เจ้าของแฟนเพจได้เผยแพร่ และผู้ใช้เฟซบุ๊กที่ไม่จำกัดแค่เพื่อนหรือคนรู้จักสามารถเข้ามาชมเนื้อหาได้เลย คล้ายกับเว็บไซต์ทั่วไป เพียงแค่กดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นๆ ซึ่งไม่ได้จำกัดจำนวนผู้ติดตามและมียอดไลค์เป็นจำนวนมาก ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้มีทั้งเนื้อหาที่ดีและเนื้อหาที่เป็นอันตราย (harmful content) หรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (inappropriate content) ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดและพฤติกรรมลอกเลียนแบบของเด็กและเยาวชนที่ใช้เฟซบุ๊กได้

จากรายงาน Digital 2025: Thailand โดย We Are Social และ Meltwater รวบรวมและเผยแพร่ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2025 พบว่า ร้อยละ 61.2 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนิยมรับชมคอนเทนต์วิดีโอออนไลน์ เช่น รายการทีวีหรือภาพยนตร์ (DataReportal, 2025) ส่งผลให้มีการผลิตเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอบนสื่อสังคมเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งการผลิตเนื้อหาเรื่องราวในรูปแบบวิดีโอเป็นกิจกรรมหนึ่งของผู้ใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจนิยมเพื่อเรียกยอดไลค์วิดีโอหรือเพิ่มจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของตน โดยสร้างเนื้อหาที่เรียกความสนใจลักษณะคล้ายรายการโทรทัศน์ที่มีความถี่ในการนำเสนอวิดีโอในแต่ละครั้ง เนื้อหาที่อยู่ในรูปของวิดีโอบางเฟสที่คำพูดหยาบคาย คำหยาบคายเกี่ยวกับเรื่องเพศ และการกระทำที่แสดงถึงความรุนแรงสามารถดึงดูดความสนใจและ

เรียกยอดไลค์ให้เพจ ซึ่งบางเพจก็แฟนเพจมีผู้ใจกดติดตามมากกว่า 1 ล้านบัญชี และยอดการชมวิดีโอบางวิดีโอมีจำนวนกว่าหนึ่งล้านครั้ง

เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ถือกำเนิดในประเทศสหรัฐอเมริกา ภายใต้บริบทของสังคมเสรีนิยมประชาธิปไตย ซึ่งให้ความสำคัญกับเสรีภาพในการคิด พูด และแสดงออกของประชาชน ส่งผลต่อการนิยามเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะเมื่อผู้ใช้นำเสนอเนื้อหาผ่านแฟนเพจ ซึ่งสะท้อนถึงรูปแบบการใช้เสรีภาพในการสื่อสารอย่างชัดเจน

ตามที่พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้คนทั่วโลกของผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมหลายทศวรรษที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงผลจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารของโลกที่มาพร้อมกับเสรีภาพในการแสดงออก เสรีภาพในการพูด ตามหลักความเคารพสิทธิมนุษยชนที่สอดคล้องกับกฎหมายสิทธิมนุษยชน (Human Rights) มาตรา 19 ของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนระบุว่า “ทุกคนมีสิทธิในอิสรภาพแห่งความเห็นและการแสดงออก ทั้งนี้ สิทธินี้รวมถึงอิสรภาพที่จะถือเอาความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซงและที่จะแสวงหา รับและส่งข้อมูลข่าวสารและข้อคิดผ่านสื่อใด และไม่คำนึงถึงพรมแดน ทั้งเสรีภาพในการพูด การเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร หรือสิ่งพิมพ์ในรูปแบบของงานศิลปะหรือผ่านทางสื่ออื่นๆ” (United Nations, 2024) จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อดิจิทัลเป็นช่องทางที่คนทั่วโลกใช้เพื่อเป็นพื้นที่ส่วนตัวในการใช้เสรีภาพแสดงออกผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมในแพลตฟอร์มต่างๆ ไม่เพียงแต่วัยรุ่นและผู้สูงอายุเท่านั้น หากแต่วัยรุ่น และวัยเด็กก็สามารถเข้าถึงและใช้งานสื่อเหล่านี้ได้ง่ายโดยเป็นทั้งผู้สร้างและเผยแพร่เนื้อหาซึ่งจะเกิดปัญหาในเรื่องการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมต่อเด็กและเยาวชนได้ง่าย (Wongrujira, 2016)

ในขณะที่ยังคงไม่มีการกำกับดูแลครอบคลุมทุกประเภทของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม แม้ว่าทางสำนักงานกลางของเฟซบุ๊กจะออกนโยบายและกติกาในการใช้แต่เนื่องจากเป็นสื่อสังคมที่นิยมใช้ทั่วโลกทำให้การนิยามของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมขึ้นอยู่กับบริบททางวัฒนธรรม รูปแบบการเมืองการปกครอง วัฒนธรรมและสังคมของแต่ละประเทศ รวมทั้งข้อจำกัดเรื่องเสรีภาพในการแสดงออกของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยมีการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม แต่ก็ยังเป็นเพียงแค่งำกับดูแลเนื้อหาวิทยุโทรทัศน์ตามประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)

ทั้งนี้ม้งงานวิจัยของชญสุรา อรนพ ณ อยุธยา (Oranop na Ayutthaya, 2013) ได้กล่าวถึงผลกระทบเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมจากการศึกษาการกำกับดูแลเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชน ภายใต้ภาวะสื่อหลอมรวม พบว่าเนื้อหารายการในกิจการโทรทัศน์อาจเป็นเนื้อหาที่มีความเสี่ยง ก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่ออารมณ์ ความคิดและการใช้เหตุผลของเด็กและเยาวชนที่เปิดรับ โดยมีขอบเขตที่เป็นสากลในการกำกับดูแล ได้แก่ เพศ ความรุนแรง ภาษาหยาบคาย และการเลือกปฏิบัติ

ดังนั้นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมไม่ได้ปรากฏเพียงแค่นสือโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตทั่วไปเท่านั้น วิดีโอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งเป็นแพลตฟอร์มหนึ่งของสื่อสังคมที่ผู้ใช้ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเล่นแบบ และเนื้อหาที่มีความเสี่ยง ก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่ออารมณ์ การกำกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมจึงควรครอบคลุมถึงเนื้อหาบนวิดีโอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจและวิดีโอบนสื่อสังคมบนแพลตฟอร์มต่างๆเช่นกัน

ในขณะที่งานวิจัยของ Ramasoota and Kananidhinan (2004) พบว่าที่ผ่านมาการกำกับดูแลเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตในแต่ละประเทศยังประสบกับปัญหา เนื่องจากระบบของอินเทอร์เน็ตมีลักษณะข้ามชาติ (cross-national) และมีพลวัตสูง (dynamic and robust) ส่งผลให้ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายในระดับข้ามประเทศได้ ทั้งนี้หลายประเทศพยายามที่จะหาแนวทางเพื่อกำกับดูแลเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการกำกับดูแลตนเองของภาคเอกชน (Self-regulation) สหภาพยุโรปมีการกำกับดูแลร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนโดยใช้กลไกการกำกับดูแลแบบผสมผสาน (Co-regulation) และประเทศจีนได้กำกับดูแลโดยรัฐ โดยเน้นปิดกั้นและควบคุมการเข้าถึงข้อมูลโดยอินเทอร์เน็ตและควบคุมเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต (Thailand Development Research Institute Foundation, 2016)

แม้ว่าประเทศไทยจะประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารราชการ พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2558 พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ.2560 รวมทั้งร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ.2562 ก็ตามยังคงไม่ครอบคลุมการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอบนสื่อสังคม ซึ่งกฎหมายเหล่านี้สามารถกำกับดูแลเนื้อหาเฉพาะเว็บไซต์ไทยเท่านั้น

ทั้งนี้ผลการวิจัยโครงการปฏิรูปสื่อ เรื่องการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อใหม่ (Thailand Development Research Institute Foundation, 2016) พบว่าในปี พ.ศ. 2530-2542 เป็นการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตแบบเสรีเนื่องจากไม่มีโครงสร้างและกลไกที่ชัดเจนในการกำกับดูแล แต่เป็นการให้ความสำคัญกับการศึกษาและการสร้างการรู้เท่าทันสื่อสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยมุ่งปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชน ช่วงที่สองในปี พ.ศ. 2543-2550 หน่วยงานภาครัฐและอีกหลายภาคส่วนในสังคมไทยเริ่มแสดงความกังวลต่อเนื้อหาบางประเภทที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตว่าจะส่งผลกระทบต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน เช่น เว็บไซต์ลามกอนาจาร เว็บไซต์ขายของผิดกฎหมาย เกมออนไลน์ เป็นต้น การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตในยุคนี้ กระทรวงไอซีทีได้เน้นบทบาทการปิดกั้นการเข้าถึงเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม โดยกระทรวงไอซีทีได้ตั้งคณะกรรมการสืบสวน ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ หรือไซเบอร์อินสเปกเตอร์ (Cyber Inspector) เพื่อทำหน้าที่ปิดกั้นเนื้อหาเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม เช่น เว็บไซต์ลามกอนาจาร เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ หรือเว็บไซต์ที่ถูกนิยามว่าเข้าข่ายเป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติ ต่อมาได้มีการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตด้วยกฎหมายผ่านพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ในช่วงที่สามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2556 (Ramasoote, 2014) เพื่อกำหนดฐานความผิดและบทลงโทษสำหรับการก่ออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ หรือการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบข้อมูล และระบบเครือข่ายในทางมิชอบ และมุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบเผื่อระวังพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและเป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติในพื้นที่ออนไลน์เป็นสำคัญ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2557 ได้เกิดรัฐประหารขึ้น ทำให้ประเทศไทยเข้าสู่การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตภายใต้อำนาจของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ทำให้ทิศทางการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตมีการเข้มงวดมากขึ้น เนื่องจาก คสช.เข้าควบคุมและปิดกั้นเว็บไซต์จำนวนมากที่เห็นว่าเป็นภัยต่อความมั่นคง (Thailand Development Research Institute Foundation, 2016) รวมทั้งมีการประกาศใช้ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และพบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีการจับกุมคนที่กระทำความผิดเกี่ยวกับ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ฯ จำนวนมาก หากแต่เป็นลงโทษผู้ที่สร้างและเผยแพร่เนื้อหาหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ และล่อลวงภัยต่อความมั่นคง ถึงกระนั้นบทลงโทษก็ยังไม่ได้ครอบคลุมเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของอินเทอร์เน็ตประเภทสื่อสังคม

สำหรับการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมประเภทวิดีโอบนสื่อสังคมประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นั้นยังคงไม่มีมาตรการกฎหมายควบคุมดูแล ซึ่งมีกฎหมายบังคับใช้เฉพาะวิดีโอที่ปรากฏในรูปแบบของสไลด์วิดีโอ วีดีโอ ภาพยนตร์ ละครบนสื่อโทรทัศน์เท่านั้น ที่ผ่านมาสำนักรงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) มีอำนาจในการกำกับดูแลเนื้อหาโดยการออกประกาศ เรื่องแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ พ.ศ.2556 ซึ่งเป็นการบังคับใช้เฉพาะวิทยุโทรทัศน์เท่านั้น เพื่อจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการจำกัด และหลักเกณฑ์ของระบบการจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการส่งเสริม เพื่อเลือกสรรเนื้อหาที่เหมาะสมและควบคุมและจำกัดเนื้อหาไม่เหมาะสม ซึ่งอาจมีผลต่อการพัฒนาค่านิยมและพฤติกรรมในด้านลบประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ เพศ ภาษา พฤติกรรมและความรุนแรง

จากที่กล่าวมานั้นพบว่าภาครัฐและหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาสื่ออินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับเพศ ภาษา พฤติกรรมและความรุนแรงนั้นยังคงหาข้อสรุปในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ผู้ใช้เป็นผู้สร้างผ่านสื่อสังคมไม่ได้ ทั้งนี้การกำกับในส่วนของกิจการบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังคงแยกอำนาจการดูแลของหน่วยงาน 2 ฝ่าย โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) ทำหน้าที่เป็นผู้ออกใบอนุญาตและกำกับการประกอบกิจการบริการ

อินเทอร์เน็ต ในขณะที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นผู้ดูแลเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตเมื่อมีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 (Thongmeeakhom, 2018)

จากสถานการณ์ดังกล่าว การกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอในเฟซบุ๊กแฟนเพจเหล่านี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากมีวิดีโอจำนวนมากไม่น้อยที่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในขณะที่ก็มีผู้ติดตามอยู่จำนวนมาก ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กแฟนเพจยอดนิยม รวมทั้งศึกษาสภาพการณ์ปัญหา และอุปสรรคการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ ในบริบทของสังคมไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม
2. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นเฟซบุ๊กแฟนเพจ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Method) โดยใช้วิธีเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอกลุ่มตัวอย่างทั้ง 24 แฟนเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 116 คลิป ซึ่งเผยแพร่ในช่วงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ.2563 และทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและใช้วิธีเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก บุคคลที่เกี่ยวข้อง เลือกด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 2 คน และจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) 1 คน นักวิชาการด้านนิติศาสตร์ จำนวน 4 คน และผู้แทน/ผู้บริหารองค์กรภาคประชาสังคม 2 คน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วน คือลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม และแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย ดังนี้

1. ลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม

จากการศึกษาเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมพบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับภาษาพบบมากที่สุดจำนวน 1,974 ครั้ง/คำ (ร้อยละ 94) รองลงมาคือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับความรุนแรง จำนวน 511 ครั้ง (ร้อยละ 19) และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับเพศ จำนวน 183 ครั้ง (ร้อยละ 7) ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม

ประเภทเนื้อหา	จำนวนที่ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็นร้อยละ
1. ภาษา (L)	1,974	74
2. ความรุนแรง (V)	511	19
3. เพศ (S)	183	7
รวม	2,668	100

1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับเพศ พบประเด็นสรีระและการแต่งกายที่ปรากฏ 128 ครั้ง (ร้อยละ 70) และประเด็นสัมพันธ์ภาพและกิริยาทางเพศปรากฏ 55 ครั้ง (ร้อยละ 30) ซึ่งประเด็นเรื่องสรีระและการแต่งกายพบการแต่งตัวในลักษณะล่อแหลม มากที่สุด (ร้อยละ 62.5) รองลงมาคือ ภาพการไข่มุกกลองเน้นสัดส่วน (ร้อยละ 37.5) แต่ไม่พบภาพการเปลือยร่างกาย ส่วนประเด็นสัมพันธ์ภาพและกิริยาทางเพศ พบว่ามีเนื้อหาการยั่ววนทางเพศ หรือการแสดงการปลุกอารมณ์ทางเพศต่อฝ่ายตรงข้าม มากที่สุด (ร้อยละ 44) รองลงมาคือ การล่อลวงละเมิดทางเพศอื่นๆ (ร้อยละ 20) มีภาพการใช้วัสดุ อุปกรณ์ ที่สื่อถึงเรื่องเพศ (ร้อยละ 18) การมีเพศสัมพันธ์ที่คลุมเครือหรือโดยนัย (ร้อยละ 16) และพบว่ามีภาพการสัมผัสเพื่อเล่าโลม/เร้าอารมณ์ (ร้อยละ 2) ตามลำดับ ทั้งนี้ไม่พบเนื้อหาเรื่องการมีเพศสัมพันธ์และการจูบแบบเร้าร้อน ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาเกี่ยวกับเพศ

ประเด็นเนื้อหา	จำนวนที่ปรากฏ (ครั้ง)	ลักษณะเนื้อหา	ร้อยละ
1. สรีระและการแต่งกาย	128 (ร้อยละ 70)	1) การแต่งตัวในลักษณะล่อแหลม	62.5
		2) ภาพการไข่มุกกลองเน้นสัดส่วน	37.5
2. สัมพันธภาพและกิริยาทางเพศ	55 (ร้อยละ 30)	1) การยั่ววนทางเพศ หรือการแสดงการปลุกอารมณ์ทางเพศต่อฝ่ายตรงข้าม	44
		2) การล่อลวงละเมิดทางเพศอื่นๆ	20
		3) การใช้วัสดุ อุปกรณ์ ที่สื่อถึงเรื่องเพศ	18
		4) การมีเพศสัมพันธ์ที่คลุมเครือหรือโดยนัย	16
		5) การสัมผัสเพื่อเล่าโลม/เร้าอารมณ์	2

1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับภาษา พบว่า มีคำสบลเล็กน้อยมากที่สุด จำนวน 1,784 คำ (ร้อยละ 92) ได้แก่ มึง, กู, What the fuck, ไอ้เหี้ย, ฉิบหาย, แม่่งอ้ย, เย็ดแม่ หรือเย็ดเซ่, เซี่ย, แม่่ง, ไอ้ห่า, Oh shit, แม่่มึงอ้ย และห่าชั่วอ้ย รองลงมาคือภาษาทางเพศที่โจ่งแจ้ง การสนทนา หรือใช้คำพูดเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลมหรือไม่เหมาะสมจำนวน 126 คำ (ร้อยละ 6) และพบน้อยที่สุดคือคำหยาบคายหรือคำดูหมิ่น จำนวน 37 คำ (ร้อยละ 2) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาเกี่ยวกับภาษา

ลักษณะเนื้อหา	จำนวนที่ปรากฏ (ครั้ง)	ร้อยละ
1. คำสบลเล็กน้อย	1,784	92
2. ภาษาทางเพศที่โจ่งแจ้ง การสนทนา หรือใช้คำพูดเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลมหรือไม่เหมาะสม	126	6
3. คำหยาบคายหรือคำดูหมิ่น	37	2

1.3 เนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง พบประเด็นการดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ มากที่สุด จำนวน 345 ครั้ง (ร้อยละ 67.68) รองลงมาคือประเด็นความรุนแรงต่อชีวิตหรือวัตถุสิ่งของ จำนวน 67 ครั้ง (ร้อยละ 13. 14) และรองลงมาคือประเด็นสารเสพติด การพนัน และการค้าประเวณี จำนวน 45 ครั้ง (ร้อยละ 8. 83) รวมทั้งประเด็นสถานที่เฉพาะที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก จำนวน 30 ครั้ง

(ร้อยละ 5.28) ทั้งนี้ไม่พบประเด็นความรุนแรงต่อผู้อื่น ประเด็นเหตุการณ์อันตรายร้ายแรง ประเด็นเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ เพศศาสนา สถานะ ชนชั้น และประเด็นไสยศาสตร์ เวทมนต์ปาฏิหาริย์ เรื่องเหนือธรรมชาติ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง

ประเด็นเนื้อหา	จำนวนที่ปรากฏ (ครั้ง)	ร้อยละ
1. การดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ	345	67.68
2. ความรุนแรงต่อชีวิตหรือวัตถุสิ่งของ	67	13.14
3. สารเสพติด การพนัน และการค้าประเวณี	45	8.83
4. สถานที่เฉพาะที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก	30	5.28
5. ความรุนแรงแบบจินตนาการ	11	2.11
6. กิจกรรม พหุติกรรม หรือความเชื่อที่อันตราย/เสี่ยง	7	1.37
7. การใช้อาวุธ	3	0.59
8. การแสดงที่สะท้อนขวัญ หวาดกลัว หรือวิตก	2	0.39
9. ความรุนแรงต่อตนเอง	1	0.19

2. สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้บนสื่อสังคม

2.1 ภาครัฐ จากการศึกษาพบว่าไม่มีหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทหน้าที่กำกับดูแลเนื้อหาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม และไม่มีกฎหมายกำกับดูแลเนื้อหาสื่อสังคมโดยตรง รวมทั้งภาครัฐมีทรัพยากรจำกัดในการกำกับดูแลเนื้อหาที่เพิ่มมากขึ้น

“มีข้อจำกัดในด้านบุคลากร อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการติดตามเฝ้าระวังเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตนั้นยังมีข้อจำกัดอยู่มากด้วยปัญหาด้านงบประมาณ ในการกำกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ ปริมาณเนื้อหาที่เกิดขึ้นในแต่ละวันที่มีเป็นจำนวนมากจึงทำให้การกำกับดูแลเนื้อหาทำได้อย่างจำกัดตามที่ทรัพยากรของภาครัฐมีอยู่” (Ministry of Digital Economy and Society, personal communication, January 15 2022)

“กระทรวงดิจิทัลฯ มีอำนาจตามกฎหมายโดยใช้ พรบ. คอมพ์ ในเรื่องเนื้อหา แต่ถึงอย่างไรก็ต้องใช้บุคลากรในการมอนิเตอร์ว่ากลุ่มไหนทำผิดพลาด ซึ่งเนื้อหาเหล่านั้นเป็นเนื้อหาผิดกฎหมาย ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และอำนาจทางกฎหมายของ กสทช. มีหน้าที่กำกับเฉพาะแพลตฟอร์มโทรทัศน์ วิทยุ และไม่มีอำนาจกำกับเนื้อหาในสื่อออนไลน์ที่ผลิตโดยบุคคลทั่วไป ” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 14 2021)

2.2 ภาคอุตสาหกรรม บริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมยังคงปฏิบัติตามกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมในการกำกับดูแลเนื้อหาของประเทศแหล่งกำเนิดแพลตฟอร์มเป็นหลัก สำหรับประเทศไทยยังไม่มีองค์กรวิชาชีพกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อสังคมตามมาตรฐานทางจริยธรรม และระบบการกลั่นกรองเนื้อหาของแพลตฟอร์มยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

“ตัวแทนในภูมิภาคต่างๆ เวลาเขาพูดกับภาครัฐเขาก็จะบอกว่าเขามีกฎระเบียบเป็นของตัวเอง เป็นกฎระเบียบกลาง” (Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission, personal communication, March 16 2022)

“ทั้งกำลังคนและการบริหารจัดการของเขา เพชบุรีไทยยังไม่มีเลยที่เป็น hub หรือ center มีแค่บริษัทตัวแทน” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 13 2021)

“แพลตฟอร์มส่วนใหญ่ใช้โอเอมากรองคอนเทนต์ที่ถูกร้องเรียนซึ่งบางอันก็ใช้ได้บางอันก็ใช้ไม่ได้ เพราะเนื้อหาบางอย่างเอไอที่ใช้กรองไม่เข้าใจ” (Civil Society Organizations, personal communication, April 8 2022)

2.3 ภาคประชาสังคม ยังไม่มีอำนาจและมีข้อจำกัดในการใช้กฎหมายกำกับเนื้อหาสื่อสังคม อีกทั้งมีปัญหาคือการร่วมมือกับภาครัฐและภาคส่วนอื่นๆ และปริมาณงานที่ไม่สอดคล้องกับทรัพยากรด้านบุคลากรและเงินทุน

“สุดท้ายภาระเหล่านั้นตกอยู่ในภาคประชาสังคมที่ทำงานเพื่อช่วยพัฒนาสื่อให้ดีขึ้นหรือระบบนิเวศของสื่อให้ดีขึ้นกลายเป็นพวกที่มีปัญหา เป็นมนุษย์ขำร้องประจำ ในการร้องเรียนในบางครั้งต้องการการกำกับดูแลก็กลายเป็นภาวะในการสร้างปัญหา หรือกลายเป็นภาวะเรื่องหนึ่ง” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 13 2021)

“ปัญหา อุปสรรค ข้อท้าทายในการทำงานของเรา เป็นเรื่องงบประมาณ เพราะงาน NGO บางครั้งก็ต้องหาเงินทำงานเอง ซึ่งบางครั้งภาคประชาสังคมต้องหาเงินเพื่อความอยู่รอดขององค์กร” (Civil Society Organizations, personal communication, April 5 2022)

2.4 กลุ่ม UGC ที่เป็น Content Creator ให้ความสำคัญกับมารยาทบนอินเทอร์เน็ต (netiquette) และมาตรการ ระเบียบ และแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อสังคมมากกว่าการปฏิบัติตามกฎหมาย และให้ความสำคัญเรื่องความนิยมเนื้อหาของผู้ชม และรายได้มากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม

“Content creator จะไม่ทำตามศีลธรรมของตัวเองนะแต่ทำตามมาตรฐานของแพลตฟอร์มนั้นเพราะไม่อยากถูกริพอร์ตหรือถูกลบช่อง ดังนั้น content creator เขาไม่ได้กลัวกฎหมายหรือเขากลัวการริพอร์ตและถูกแบนช่อง เพราะเขาแค่รายได้ทำมาจากแพลตฟอร์มเขา แต่เขาก็มีโอกาสที่จะผิดกฎหมาย พรบ.อื่น แต่แพลตฟอร์มไม่ได้มารู้ด้วย” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, March 23 2022)

“เขาเป็นหน่วยธุรกิจเขาก็เน้นหาเงิน การที่จะมาออกตัวเกี่ยวกับผลประโยชน์รายได้มันก็ยาก” (Civil Society Organizations, personal communication, April 5 2022)

3. แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย

3.1 ภาครัฐ ควรกำหนดนโยบายและกฎหมายการกำกับดูแลเนื้อหาโดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างสื่อ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศ และภาครัฐควรร่วมมือกำกับดูแลกับหลายภาคส่วน รวมทั้งควรปรับปรุงกฎหมายให้มีความเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และคำนึงถึงผลกระทบต่อเยาวชน

“อยากให้ปรับโครงสร้างการกำกับดูแลภาพรวมของสื่อและสังคม วัฒนธรรม ในภาพรวมของประเทศมากกว่า มองภาพใหญ่แบบนั้น...ในหลายประเทศมองภาพรวมของกระทรวงเกี่ยวกับการสื่อสารและวัฒนธรรมอยู่ด้วยกันด้วยซ้ำไป” (Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission, personal communication, March 16 2022)

“แต่เราจะต้องเพิ่มบรรทัดฐานขึ้นไปให้มันมีความเป็นกลาง ไม่ใช่หนักเป็นการใช้กฎหมายมากเกินไป แล้วไม่ได้อ่อนเกินไปในเรื่องของการควบคุม เพื่อให้การอยู่ในสังคมออนไลน์ที่เข้ามาใหม่” (Ministry of Digital Economy and Society, personal communication, April 9 2022)

“ภาครัฐควรจะต้องเฝ้าระวังในเรื่องที่มีผลกระทบต่อประชาชนมากขึ้น เช่น เรื่องเด็กเยาวชน เรื่องความรุนแรงทางกายภาพ เรื่องการหลอกลวงออนไลน์ แทนจะเน้นเรื่องการปราบปรามความผิดทางการเมืองอย่างเดียว คอนเทนท์ที่กระทบต่อเด็กและเยาวชน” (Civil Society Organizations, personal communication, April 8 2022)

3.2 ภาคอุตสาหกรรม บริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมควรร่วมมือกับองค์กรภาครัฐและสำนักงานแพลตฟอร์มสื่อสังคมประจำประเทศไทยเพื่อกำหนดนโยบายและดำเนินการกำกับดูแลเนื้อหา

“หน่วยงานกำกับดูแลมันต้องมีกฎหมาย กฎเกณฑ์ช่วย และทำงานร่วมกับสมาคมของผู้ประกอบการผ่านแนวปฏิบัติหรือ code of conduct ของเขาได้” (Civil Society Organizations, personal communication, April 5 2022)

“ผมคิดว่ามันควรจะเป็นไปได้ที่เฟซบุ๊กไทยแลนด์จะมาดูแลเนื้อหา ถ้าเรามีผลประโยชน์ในประเทศมันก็ต้องมาช่วยกันกำกับดูแลตามบริบทของแต่ละประเทศ อันนี้ผมเห็นด้วยนะและคิดว่าเฟซบุ๊กก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ ทุกๆ แพลตฟอร์มเลย เข้าใจว่าเขาต้องมา

วิเคราะห์เรื่องนี้กันอยู่ครับ ความเห็นส่วนตัว” (Ministry of Digital Economy and Society, personal communication, April 9 2022)

3.3 ภาคประชาสังคม ควรร่วมมือกันและจัดตั้งสภาผู้บริโภคเพื่อเป็นกลไกในการกำกับดูแลเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ

“ต้องมีการหนุนเสริมในกระบวนการขับเคลื่อนของภาคประชาสังคม ก็อาจจะมี แต่ในเครือข่ายเรื่องเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ก็ต้องมีด้วย ถ้ามีกลุ่มภาคประชาสังคมใดดูแลเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคหรือช่วยในการสนับสนุนพัฒนาเนื้อหาออนไลน์ให้ดีขึ้น... ขณะเดียวกันเราต้องการสภาผู้ฟังผู้ฟังหรือไม่หรือต้องการสภาประชาสังคมผู้บริโภค หรือผู้ปกครอง ที่จะมาช่วยในการกำกับดูแลตรงนี้หรือไม่” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 13 2021)

3.4 กลุ่ม UGC ที่เป็น Content Creator ควรส่งเสริมแนวคิดมนุษยธรรมดิจิทัล และสนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัลของกลุ่มเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้หรือ UGC

“มนุษยธรรมดิจิทัล หรือ digital empathy ซึ่งต้องมีทุกภาคส่วน คนผลิต content creator ควรต้องมี digital empathy สูง ... มันคือความเป็นคนมันไม่ใช่รูปธรรม หรือเข้าใจหลักพื้นฐานที่ว่าเราไม่อย่าให้เขาทำอะไร เราอย่าทำอย่างนั้นกับเขา” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 13 2021)

อภิปรายผล

1. ลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคม

ผลการวิจัยพบว่าเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับภาษาพบมากที่สุด ซึ่งมีคำสแลงจำนวนมากที่สุด ซึ่งคำที่พบจะเป็นการใช้คำพูดสแลงทั่วไปที่พบมากได้แก่ มึง, กู, What the fuck, ไอ้เหี้ย, ฉิบหาย, แม่่งอ้ย การใช้คำสแลงเหล่านี้ผู้สร้างเนื้อหาหรือเจ้าของเพจต้องการสื่อสารให้อยู่ในความเป็นจริง การแสดงถึงความจริงใจและเข้าถึงผู้ใช้คนที่รับชมและติดตามแฟนเพจของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fägersten (2017) ศึกษาบทบาทของการใช้คำสแลงในการสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ กรณีของยูทูบเบอร์ (YouTuber) ช่อง PewDiePie พบว่าการใช้คำสแลงของ PewDiePie เป็นการสร้างรูปแบบการพูดคุยแบบเป็นกันเองเหมือนเพื่อน และช่วยลดระยะห่างทางสังคม ซึ่งสร้างบรรยากาศของความใกล้ชิดได้มาก และยังพบว่าคำสแลงที่ใช้ช่วยให้เจ้าของช่องประสบความสำเร็จในการมีผู้ติดตามและรับชมคลิปวิดีโออย่างมากมายถึง 111,000,000 ล้านคนทั่วโลกบนแพลตฟอร์มยูทูบ รองลงมาคือภาษาทางเพศที่โจ่งแจ้ง การสนทนาหรือใช้คำพูดเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศที่ล้อแหลมหรือไม่เหมาะสม และพบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงรองลงมา ซึ่งพบว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรง ประเด็นการดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ มากที่สุด รองลงมาคือประเด็นความรุนแรงต่อชีวิตหรือวัตถุสิ่งของ โดยเนื้อหาคลิปวิดีโอเฟซบุ๊กแฟนเพจที่พบ พบว่าการดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ ความรุนแรงต่อชีวิตหรือวัตถุสิ่งของ ซึ่งเนื้อหาส่งผลต่อการเลียนแบบพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang and Bushman (2019) พบว่า เด็กที่เล่นวิดีโอเกมที่มีความรุนแรงโดยมีการใช้อาวุธปืนหรือดาบ มีแนวโน้มที่จะใช้อาวุธปืน และพบว่าการใช้และบริโภคสื่อที่มีความรุนแรงเป็นประจำยังเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อพฤติกรรมในการใช้อาวุธปืนอีกด้วย และพบว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศประเด็นสรีระและการแต่งกายที่ปรากฏมากที่สุด โดยเฉพาะการแต่งตัวในลักษณะล้อแหลม การใช้มุกล้อเน้นสัดส่วน และพบเนื้อหาทางเพศในประเด็นสัมพันธ์ภาพและกิริยาทางเพศมีการยั่ววนทางเพศ หรือการแสดงการปลุกอารมณ์ทางเพศต่อฝ่ายตรงข้าม แต่ไม่พบเนื้อหาที่ปรากฏเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับเพศและจากงานวิจัยต่างๆที่ยืนยันว่าเนื้อหาเกี่ยวกับเพศโดยเฉพาะเนื้อหาลามก อนาคตเหล่านี้ส่งผลต่อพฤติกรรมลอกเลียนแบบโดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งงานวิจัยของยุพาพร ปิยะพงษ์ (Piwapong, 2011) ศึกษาอิทธิพลของสื่อลามกที่มีผลต่อการกระทำผิดทางเพศของเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดเกี่ยวกับเพศมีความสนใจและเปิดรับสื่อลามกอนาจารเป็นประจำ ส่งผลให้มีพฤติกรรมกระทำความผิดเกี่ยวเพศอย่างมาก

จากการศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนคลิพวิดีโอเฟซบุ๊กแฟนเพจพบว่า มีจำนวนไม่น้อยที่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยของสังคม ซึ่งการใช้สื่อสังคมในกลุ่มเด็กและเยาวชนอยู่มากในปัจจุบัน ดังนั้นจึงเกี่ยวข้องกับประเด็นการให้ความคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากสื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม หรือเนื้อหาที่เป็นอันตราย (harmful content) ต่อเด็กและเยาวชน และจากงานวิจัยตามที่ ตฤณห์ โพธิ์รักษา (Phoraksa, 2022) พบว่าผู้รับสื่ออาจก่อให้เกิดการซึมซับและมีพฤติกรรมเลียนแบบในที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสพสื่อของเด็กและเยาวชนที่ขาดวุฒิภาวะและประสบการณ์ในการจำแนก การแยกแยะ การวิเคราะห์ข้อมูลของสื่อที่มีความรุนแรง อาจนำไปสู่การลอกเลียนแบบและมีพฤติกรรมการใช้ความรุนแรง แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาเหล่านี้ยังคงมีผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนที่ส่งผลต่อการลอกเลียนแบบพฤติกรรม ซึ่งเป็นการปลูกฝังผ่านสื่อหลักและสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับ จิตติธัญดา เจริญมณี (Rianmanee, 2005) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และการกลั่นกรองเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งผลการวิจัยพบว่าภาพและเนื้อหาในกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเป็น 4 หมวดหมู่ คือ ภาพและเนื้อหาลามกอนาจาร ภาพและเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง เว็บไซต์ที่มีการใช้ภาษาไม่เหมาะสม และเว็บไซต์เกี่ยวกับอบายมุข หรือสิ่งที่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรม จริยธรรม และพบว่าเด็กและเยาวชนจะได้รับผลกระทบจากการเปิดรับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมากกว่าที่ตนเองจะได้รับ

2. สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ

จากการศึกษาพบว่ายังไม่มีหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลเนื้อหาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม ทั้งนี้กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีหน่วยงานในสังกัดที่ทำหน้าที่กำกับดูแลเนื้อหาที่ผิดกฎหมายบนสื่อออนไลน์และไม่มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ ภาษา และความรุนแรงบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม ในขณะที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) หน้าที่กำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ อีกทั้งต้องเผชิญในการออกนโยบายการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคม เนื่องจากต้องคำนึงถึงเสรีภาพการแสดงออก และการละเมิดสิทธิของผู้ใช้สื่อสังคมทั้งตามหลักสากลในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพของประชาชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชาสิริ กุลลาบ (Kulab, 2023) พบว่า การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อและการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปจากยุคสื่อดั้งเดิมก่อให้เกิดการคิดใหม่ถึงแนวทางที่ปกป้องคุ้มครองสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก และการกำกับดูแลที่โปร่งใสและมีส่วนร่วม ในขณะที่ยังพบปัญหาเรื่องทรัพยากรที่มีจำกัดในการดำเนินการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ข้อจำกัดด้านงบประมาณเรื่องค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการติดตามเฝ้าระวังเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ บรรชา ลิ้มปัสถริกิจ (Limpasthitikul, 2006) พบว่า ภาครัฐมีปัญหาด้านการขาดความพร้อมในด้านของการสรรหาบุคลากรและปริมาณงานที่มีมากกว่าจำนวนผู้ปฏิบัติงาน อันเกิดจากข้อมูลเนื้อหาที่มากมายมหาศาลของสื่ออินเทอร์เน็ต วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีราคาแพง และเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จากการศึกษาพบว่าบริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมเน้นปฏิบัติตามกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมในการกำกับดูแลเนื้อหาของประเทศแหล่งกำเนิดแพลตฟอร์มเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่มียุทธศาสตร์วิชาชีพกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อสังคมตามมาตรฐานทางจริยธรรม ซึ่งการออกแบบกฎระเบียบ นโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในบริบทสังคม วัฒนธรรมและกฎหมายในประเทศไทย รวมถึงการนิยามของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมตามวัฒนธรรมและสังคมของเจ้าของแพลตฟอร์มสื่อสังคม ซึ่งปัจจุบันการลบเนื้อหาบนแพลตฟอร์มต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของแพลตฟอร์มในประเทศนั้นๆ ตามแนวทางแจ้งให้ทราบแล้วเอาออก (Notice and Take Down) ของแพลตฟอร์มหรือตามนโยบายของแพลตฟอร์ม และยังพบว่าระบบเฝ้าระวังของกลั่นกรองและระวังเนื้อหาในการตรวจจับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของแพลตฟอร์มยังไม่เสถียรและแม่นยำ ทั้งนี้ระบบเทคโนโลยีการคัดกรองของแพลตฟอร์มสื่อสังคมระบบคัดกรองเนื้อหาเพื่อการรื้อหรือการร้องเรียนของแพลตฟอร์มยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อจำนวนเนื้อหาที่มากขึ้น และความไม่สมบูรณ์ในการตีความของระบบเฝ้าระวัง ยังมีข้อจำกัดในการตรวจจับเนื้อหาที่ไม่เสถียรและแม่นยำ หรือไม่สามารถตีความด้าน

ภาษา สังคมและวัฒนธรรมได้ดี และยังพบว่า การเพิ่มขึ้นของจำนวนเนื้อหาตามจำนวนผู้ใช้ที่เพิ่มขึ้น ทำให้ทรัพยากรในการกลั่นกรองเนื้อหาไม่เพียงพอกับจำนวนเนื้อหาที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งด้านบุคลากร การบริหารจัดการของแพลตฟอร์มสื่อสังคม

ภาคประชาสังคมไม่มีอำนาจ หรือกฎหมายในการกำกับหรือควบคุมเนื้อหาไม่เหมาะสมบนสื่อสังคม หรือมีอำนาจที่จำกัด และองค์กรภาคประชาสังคมมีปัญหาในด้านการสร้างเครือข่ายการทำงานกับภาคประชาสังคมอื่นๆ จากแนวคิดวัตถุประสงค์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่แตกต่างกันของกลุ่มภาคประชาสังคม และปัญหาด้านผลประโยชน์ที่ไม่ตรงกัน ปัญหาความคิดเห็นทางการเมือง และความเห็นต่างของกลุ่มส่งผลให้การกำกับดูแลไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และพบว่าภาคประชาสังคมมีปริมาณงานที่ภาคประชาสังคมต้องรับผิดชอบมีจำนวนมาก แต่ยังคงขาดแคลนทรัพยากรในการสนับสนุนการทำงานด้านการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ทั้งทรัพยากรมนุษย์ และงบประมาณในการดำเนินการ ซึ่งบางครั้งภาคประชาสังคมต้องหาเงินเพื่อความอยู่รอดขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของเชิญพร คงมา (Khongma, 2008) พบว่า ปัญหาของภาคประชาสังคมในการกำกับดูแลเนื้อหา คือ การสื่อสารภายในกลุ่ม ซึ่งในภาพรวมแต่ละองค์กรมีวัตถุประสงค์และนโยบายการทำงานที่แตกต่างกันและคล้ายคลึงกัน รวมทั้งเงินทุน เนื่องจากองค์กรต้องพึ่งพางบประมาณจากแหล่งทุนต่างๆ ที่สนับสนุน รวมทั้งเงินบริจาคและช่วยเหลือจากประชาชนยังคงน้อย ในขณะที่ปัญหาความไม่เพียงพอของบุคลากรหรือขาดแคลนบุคลากรที่ทำหน้าที่ ซึ่งที่ผ่านมาปัญหานี้เกิดจากงานขององค์กรภาคประชาสังคมมีคำตอบแทนน้อยแต่มีปริมาณงานที่มาก

จากการศึกษาพบว่ากลุ่ม UGC ที่เป็น Content Creator ให้ความสำคัญกับมารยาทบนอินเทอร์เน็ต (netiquette) และมาตรการ ระเบียบและแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อสังคมมากกว่าการปฏิบัติตามกฎหมาย และให้ความสำคัญเรื่องความนิยมเนื้อหาของผู้ชม และรายได้มากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับคำตอบแทนจากบริษัทตัวแทนสินค้าหรือบริการ รวมทั้งจากแพลตฟอร์มสื่อสังคม ซึ่งเกณฑ์การได้รับคำตอบแทนเหล่านี้ ขึ้นอยู่กับความนิยมเนื้อหาของผู้ชม ทำให้เกิดผู้ติดตาม (followers) และการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชม (engagement)

3. แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้บนสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย

ภาครัฐควรคำนึงถึงภาพรวมหรือความสมดุลการกำกับดูแลเนื้อหาโดยพิจารณาความสมดุลระหว่างสื่อ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศ รูปแบบการเมืองการปกครอง และควรปรับปรุงกฎหมายที่บังคับใช้ในการกำกับดูแลเนื้อหาให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี กระบวนการดำเนินการควรมีความคล่องตัวและรวดเร็วขึ้น มากกว่าการนำกฎหมายอื่นที่ใกล้เคียงมาใช้กำกับดูแลบนสื่อออนไลน์ และการปรับปรุงความไม่ชัดเจนของ พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ โดยอ้างอิงเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน ซึ่งควรระบุความชัดเจนเกี่ยวกับประเภทและนิยามของเนื้อหาที่กำกับดูแล และภาครัฐควรคำนึงถึงรูปแบบการเปลี่ยนแปลงเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลง และส่งผลให้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป สอดคล้องกับผลการวิจัยของยุทธพร อิศราย (Itsarachai, 2022) พบว่าทิศทางการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตของรัฐจึงให้ความสำคัญการรักษาความมั่นคงของรัฐบาล หรือคณะรัฐประหาร การควบคุมสถานการณ์ในภาวะฉุกเฉิน และประเด็นหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ การกำกับดูแลตามแนวทางที่ผ่านมาอาจไม่ช่วยให้รัฐประสบความสำเร็จในการกำกับดูแล จึงควรมีการปรับเปลี่ยนวิธีคิด รูปแบบ และวิธีการในการกำกับดูแลอินเทอร์เน็ตของรัฐให้สอดคล้องกับสภาพสังคม และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งภาครัฐควรมีบทบาทเป็นตัวกลางความร่วมมือกับสถาบันครอบครัว ชุมชน สถานศึกษา นักจิตวิทยา ดารานักแสดง เพื่อให้ความรู้และปลูกฝังการรู้เท่าทันสื่อ และให้คำแนะนำต่างๆ กับเด็กและเยาวชน สอดคล้องกับแนวทางจากงานวิจัยของชนัญสร อรนพ ณ อยุธยา (Oranop na Ayutthaya, 2013) ว่าประเทศไทยควรพัฒนาและปรับปรุงการกำกับดูแลในภาวะสื่อหลอมรวมด้วยการจัดให้มีนโยบายการสื่อสารในระดับชาติเพื่อคุ้มครองและพัฒนาเด็กและเยาวชนจากเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยได้แก่ เพศ ความรุนแรง ภาษาหยาบคาย และการเลือกปฏิบัติ

ภาคอุตสาหกรรมควรใช้กฎหมายของภาครัฐร่วมกับแนวปฏิบัติ ซึ่งเป็นแนวทางที่จะทำให้การกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้แพลตฟอร์มสื่อสังคมควรมีสำนักงานประจำประเทศไทยเพื่อสร้างมาตรการหรือวิธีในการกำกับดูแลเนื้อหาในบริบทของกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมของไทย และเพื่อปรับปรุง พัฒนาระบบเฝ้าระวังในการตรวจสอบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่ปรากฏบนสื่อสังคม เนื่องจากระบบตรวจสอบเฝ้าระวังของแพลตฟอร์มสื่อสังคมไม่สามารถเข้าใจความหมายในบริบทสังคมไทยได้ดี

โดยเฉพาะเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับเพศ ภาษา และความรุนแรงในบริบท ตามที่ McNamee (2013) ระบุว่า ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มสื่อสังคมจะต้องรับผิดชอบเนื้อหาที่อยู่บนแพลตฟอร์มทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ปัจจัยที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ซึ่งมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาต้องรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับผู้ใช้ที่ผลิตเนื้อหาที่เป็นปัญหา และได้ทราบถึงการกระทำที่ผิดกฎหมายเกี่ยวกับเนื้อหา

ภาคประชาสังคมควรร่วมมือกับภาครัฐ โดยเฉพาะควรส่งเสริมในเรื่องของงบประมาณ และการทำความร่วมมืออย่างเป็นทางการกับภาคประชาสังคมให้มีกรอบที่ชัดเจน ควรมีกฎหมายเพื่อปกป้องคุ้มครอง และสนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมของภาคประชาสังคม และเพื่อสนับสนุนการเฝ้าระวังเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (digital literacy) ในขณะเดียวกันภาคประชาสังคมเห็นว่าควรได้รับความร่วมมือ และสนับสนุนจากภาคอุตสาหกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนมากขึ้น และภาคประชาสังคมแต่ละหน่วยงานควรมีการทำงานร่วมกันในการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อสังคม เพื่อให้เกิดความเป็นระบบ อีกทั้งเสนอให้มีการจัดตั้งสภาผู้บริโภค หรือผู้ปกครอง ในการสนับสนุนและร่วมมือการดำเนินการด้านการกำกับดูแลเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ

ผู้ใช้ UGC และกลุ่ม content creator ในประเภทของสื่อสังคม ที่ต้องยึดหลักจริยธรรมของการสื่อสารของบุคคลแม้ว่าจะเป็นการสื่อสารทางออนไลน์ ในขณะเดียวกันควรส่งเสริมมนุษยธรรมดิจิทัล (digital empathy) เพื่อเป็นการปลูกฝังและสร้างความรับผิดชอบของผู้ใช้สื่อสังคมหรือผู้ผลิตเนื้อหา ของกลุ่ม content creator เป็นการปลูกฝัง หรือสร้างความรับผิดชอบของผู้ใช้สื่อสังคม หรือผู้ผลิตเนื้อหา ตามที่ Friesem (2016) กล่าวว่า digital empathy เป็นความสามารถด้านความรู้ความเข้าใจและอารมณ์ในการไตร่ตรองและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีกลยุทธ์ขณะใช้สื่อดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ควรตระหนักปริมาณเนื้อหา และคำนึงถึงความสำคัญในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมในประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรงมากขึ้น และพิจารณาปรับใช้ในการกำหนดนโยบายและปรับปรุง พรบ. ว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการกำกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมให้เหมาะกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งแนวทางการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นๆในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ควรตระหนักถึงผลกระทบของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นับสื่อสังคม และพิจารณาปรับใช้และหาแนวทางในการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นับสื่อสังคมในประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรง รวมทั้งแนวทางการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นๆในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม

องค์กรภาคประชาสังคม ควรตระหนักปริมาณเนื้อหา และคำนึงถึงความสำคัญในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมในประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรงมากขึ้น และควรปรับแนวทางด้านการส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลให้แก่เด็กและเยาวชน และประชาชนทั่วไป รวมทั้งแนวทางการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นๆในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม

ภาคอุตสาหกรรมควรใช้กฎหมายของภาครัฐร่วมกับแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อสังคม เพื่อให้การกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมีประสิทธิภาพมากขึ้น และควรมีสำนักงานแพลตฟอร์มสื่อสังคมประจำประเทศไทยเพื่อสร้างมาตรการหรือวิธีในการกำกับดูแลเนื้อหาในบริบทของกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมของไทย และเพื่อปรับปรุง พัฒนาระบบเฝ้าในการตรวจสอบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่ปรากฏบนสื่อสังคม

บริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมควรตระหนักปริมาณเนื้อหา และคำนึงถึงความสำคัญในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมในประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรงที่เพิ่มมากขึ้น และปรับใช้ในการกำหนด และปรับเปลี่ยนแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อ

สังคมหรือนโยบายการใช้งานของแพลตฟอร์มให้เหมาะกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งแนวทางการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคม

กลุ่ม UGC หรือกลุ่ม content creator หรือ Influencer ควรตระหนักปริมาณเนื้อหา ผลกระทบในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรงบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมที่มีต่อเด็กและเยาวชน และปรับใช้ในการออกแบบผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ และปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อสังคมให้เหมาะกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งให้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคม

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเนื้อหาประเด็นอื่นๆ เช่น เนื้อหาที่เป็นอันตราย เนื้อหาหรือโฆษณาเกี่ยวข้องกับการหลอกลวงหรือข่าวดราม่า เป็นต้น เพื่อทราบถึงประเภทเนื้อหาต่างๆ ที่ปรากฏบนสื่อสังคมที่ควรกำกับดูแลเนื้อหาเหล่านั้น และควรศึกษาจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมอื่นๆ เพื่อการค้นพบเนื้อหาที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ควรศึกษาข้อมูลจากภาคอุตสาหกรรมหรือตัวแทนจากบริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคม และตัวแทนจากกลุ่ม UGC หรือกลุ่ม content creator หรือ Influencer เพื่อทราบมุมมองในกลุ่มตัวแทนเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการศึกษาครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

- Chang, J. H., & Bushman, B. J. (2019). Effect of Exposure to Gun Violence in Video Games on Children's Dangerous Behavior with Real Guns: A Randomized Clinical Trial. *JAMA network open*, 2(5), e194319.
<https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2019.4319>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Thailand*. Retrieved April 10, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>
- Fägersten, K. B. (2017). The Role of Swearing in Creating an Online Persona: The Case of YouTuber PewDiePie. *Discourse, Context & Media*, 18, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.04.002>
- Friesem, Y. (2016). *Digital Empathy*. Retrieved October 23, 2023, from <http://www.digitalempathy.net/>
- Itsarachai, Y. (2022). *The Internet Content Regulation by the Government of Thailand: Deep State and the Internet in Thailand*. Retrieved May 2, 2024, from <https://www.kpi-lib.com/elib/cgi-bin/opacexe.exe?op=mmvw&db=Main&sid=&skin=s&usid=&mmid=11547&bid=29116&lang=1>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. Retrieved January 27, 2019, from <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khongma, C. (2008). *The Role of Civil Society in Regulating Internet Content* (Master's thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- Kulab, P. (2023). *State Regulation of Media Content for the Protection of Human Rights and Consumer Rights: A Case Study of Foreign Countries and the NBTC*. Retrieved April 25, 2024, from <https://www.tcc.or.th/wp-content/uploads/2023/09การกำกับดูแลเนื้อหาสื่อโดยรัฐ-เพื่อคุ้มครอง.pdf>
- Limpasthitikul, B. (2006). *Problems and Obstacles of Internet Content Regulating by State Agencies* (Master's thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- McNamee, J. (2013). Self-Regulation of Content by the Online Industry. In Hulin, A., & Stone, M. (Eds.), *The Online Media Self-Regulation Guidebook* (pp. 44-59). Retrieved September 3, 2023, from <https://www.osce.org/files/f/documents/d/b/99560.pdf>

- Nightingale, V. (2011). *The Handbook of Media Audiences*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Oranop na Ayutthaya, C. (2013). *Harmful Content Regulation in Thailand's TV Programs to Protect Minors under Media Convergence* (Doctoral Dissertation). Chulalongkorn University. Bangkok.
- Phoraksa, T. (2022). The Influence of Media on Children and Youth's Aggressive Behaviour. *Journal of Wisdom the Political Science and Multi-Disciplinary Sciences*, 5(2), 97-116.
- Piwapong, Y. (2011). *The Influence of Pornography on Male Juvenile Sexual Abuse: A Case Study of Juvenile Vocational Training Center for Boys in the Bangkok Metropolitan and Vicinity Area*. *Academic Services Journal, Prince of Songkla University*, 22(3), 13-29.
- Ramasoota, P. (2014). *Internet Content Supervision*. Bangkok: Chulalongkorn University Publishing House.
- Ramasoota, P., & Kananidhinan, N. (2004). *Internet Content Supervision* (Research Report). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Rianmanee, J. (2005). *Opinion of Thai Internet Users about Problematic Content and Content Filtering on Internet*. (Master's thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- Thailand Development Research Institute Foundation. (2016). *Comprehensive Research Report on Media Reform Studies Volume 5: New media Content Regulation*. Bangkok: Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission.
- Thongmeeakhom, P. (2018). Concepts of Policy and Governance in Communication. In *Compilation of Communication Policy and Governance Course Materials (Unit 1)*. Sukhothai Thammathirat Open University.
- United Nations. (2024). *Universal Declaration of Human Rights*. Retrieved October 12, 2024, from <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- We Are Social, & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Thailand*. Retrieved April 10, 2024, from <https://www.insightera.co.th/digital-2025-thailand/>
- Wongrujira, M. (2016). *Comprehensive Research Report on the Establishment of a Parental Advisory Center to Prevent Youth from Consuming Inappropriate Content through New Media*. Bangkok: Research and Development Fund for Broadcasting, Television, and Telecommunications for Public Benefit.

Received: 13-02-2025

Revised: 09-04-2025

Accepted: 01-05-2025

การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีส่วนร่วมของบุคลากร
องค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

The Developing Public Sector Management Quality with the Participation of
Subdistrict Administrative Organization Staff in Narathiwat Province

ธัญพิชชา ศิริรักษ์^{*.1}

Thanpicha Sirirak

6691205001@pnu.ac.th

สรัญญณี อุเสินยาง²

Sarannee U-senyang

sarannee.u@pnu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส 2) ประเมินระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส 3) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 360 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ตามลำดับ นอกจากนี้ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การมีส่วนร่วมของบุคลากรมีผลเชิงบวกต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม, การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ, องค์การบริหารส่วนตำบล

* Corresponding Author

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

Student in Graduate School in Management Program, Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

Abstract

This study focuses on the development of public administration quality management with participation of subdistrict administrative organization staff in Narathiwat Province. The objectives of the study are 1) to assess the level of participation among Subdistrict Administrative Organizations staff in Narathiwat Province, 2) to evaluate the level of public administration quality development among these staff, and 3) to examine the influence of participation on the development of public administration quality. The research employed a quantitative methodology. The sample consisted of 360 Subdistrict Administrative Organizations staff selected through quota sampling. Data were collected using a structured questionnaire that was validated for both reliability and validity. Data analysis involved descriptive statistics and multiple regression analysis. The findings revealed that the overall level of staff participation was high. The highest mean score was observed in operational participation, followed by participation in benefits, decision-making, and evaluation, respectively. Furthermore, the results of the multiple regression analysis indicated that staff participation positively influenced the development of public administration quality at a statistically significant level of 0.05.

Keywords: Participation, Public Sector Management Quality, Subdistrict Administrative Organizations

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ระบบราชการไทยจึงต้องมีการพัฒนาระบบราชการอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับต่อการบริหารเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม (Laosupavanich, Pruettipinyo, & Emyong, 2023) รัฐบาลจึงได้มุ่งพัฒนาระบบราชการเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐปรับปรุงการทำงาน ยกระดับการบริหารจัดการและมีการประเมินผล การปฏิบัติราชการตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) โดยนำแนวคิดและเครื่องมือการบริหารจัดการภาครัฐ แนวใหม่ (New Public Management) เข้ามาในภาคราชการให้สอดคล้องกับบริบทของการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง (Chimpalee, 2022) เพื่อให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) การพัฒนาคุณภาพ การบริหารจัดการภาครัฐจึงเป็นกรอบแนวคิดและเครื่องมือในการบริหารจัดการที่ส่วนราชการสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา องค์การ เพื่อยกระดับการบริหารจัดการขององค์การให้มีขีดสมรรถนะสูง พัฒนาระบบการทำงาน และผลการปฏิบัติงานให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Yajai, & Srison, 2023) จึงเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาระบบราชการไทยที่ต้องการให้หน่วยงาน ภาครัฐมีการยกระดับคุณภาพมาตรฐานการทำงานไปสู่ระดับมาตรฐานสากล (Somchue, 2022) ดังนั้นคณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเห็นชอบ ให้นำเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบราชการ (Kittisupakorn, 2021) ในการกำหนดแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทยทั้งในช่วง พ.ศ. 2546 - 2550 และ พ.ศ. 2556 - 2561 ต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนา บุคลากรภาครัฐเป็นอย่างยิ่ง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บุคลากรมีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่าง รวดเร็ว ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ในช่วงแรกนั้นเน้นการพัฒนาให้บุคลากรมีความสามารถในการเรียนรู้ การคิดริเริ่ม และ การปรับตัว ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การให้ก้าวไปข้างหน้า ในขณะที่ช่วงหลังได้ขยายขอบเขตไปสู่การส่งเสริมให้ บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น โดยมีกรณำแนวคิดและโครงสร้างของรางวัลคุณภาพ (Malcolm Baldrige National Quality Award) มาประยุกต์ใช้ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐให้ทัดเทียมมาตรฐานสากล และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์และ วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีตามพระราชกฤษฎีกาที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ การพัฒนาบุคลากรในทั้งสองช่วงเวลาสะท้อนให้เห็นถึงความ มุ่งมั่นของรัฐบาลในการสร้างขีดความสามารถให้แก่ข้าราชการ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตอบสนองความต้องการของประชาชน และขับเคลื่อนประเทศให้พัฒนาอย่างยั่งยืน (Siriwan, 2018)

การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐเป็นการจัดระบบการบริหารภายในองค์กรให้มีความเหมาะสมซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายและเกิดผลสัมฤทธิ์ของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถนำหลักคิดด้านการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM: Total Quality Management) มาปรับใช้ทั้งในภาครัฐและเอกชนจนประสบผลสำเร็จ (Tirat, 2020) การนำหลักการ TQM มาใช้ในภาครัฐมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อกระตุ้นให้แต่ละองค์กรได้หันมาใส่ใจในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน ตลอดจนมุ่งเพื่อพัฒนาระบบการบริหารงานสู่ความเป็นเลิศ ยกระดับคุณภาพการปฏิบัติงานของภาครัฐให้สอดคล้องกับเป้าหมายตามหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ที่มุ่งเน้นให้การบริหารราชการเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดสัมฤทธิ์ต่อการกิจการภาครัฐ เกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกินความจำเป็น ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการ รวมทั้งมีการติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ (Moungyai, 2022)

การพัฒนาระบบบริหารราชการได้เผชิญกับปัญหาและอุปสรรคสำคัญหลายประการ โดยเฉพาะในระยะทดลองนำร่องเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพของหน่วยงานราชการ รวมถึงในช่วงการปฏิรูประบบบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งประสบปัญหาสำคัญเกี่ยวกับการต่อต้านหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงจากบุคลากรภายในองค์กร กล่าวคือ เจตคติเชิงลบของบุคลากรบางส่วนที่มองว่าการพัฒนาเหล่านี้เป็นการเพิ่มภาระงานและทำให้กระบวนการทำงานซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนนี้เกิดจากการที่บุคลากรยังไม่เห็นถึงประโยชน์ที่แท้จริงของการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐในภาพรวม ส่งผลให้ขาดแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมต่างๆ ซึ่งปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการผลักดันและประสานงานให้เกิดความเข้าใจด้วยการสื่อสารที่ชัดเจนตรงไปตรงมาและการเน้นย้ำถึงประโยชน์ที่จะได้รับทั้งในระดับบุคคลและองค์กร จึงเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคลากร เพื่อให้การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย (Yamnil, 2021)

ดังนั้น การมีส่วนร่วมของบุคลากรจึงมีความสำคัญเนื่องจากเป็นหัวใจในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ (Laosupavanich, Pruettipinyo, & Emyong, 2023) ซึ่งการที่องค์กรจะบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ จำเป็นต้องจัดแบ่งหน้าที่การทำงานและมอบอำนาจให้รับผิดชอบตามความสามารถและความถนัดของบุคลากรในองค์กรและต้องมีการจัดองค์กรซึ่งเป็นการจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนงานต่างๆ ของบุคลากรในองค์กร (Chombua, 2018) เมื่อบุคลากรมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานจะช่วยลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้องค์กรสามารถลดต้นทุนในการบริหารจัดการและลดความเสียหายที่เกิดจากความผิดพลาด อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการดำเนินงาน (Sonsai, Meesiri, & Bodeerat, 2022) นอกจากการมีส่วนร่วมของบุคลากรแล้ว สิ่งที่สำคัญอีกอย่างคือ การมีส่วนร่วมของประชาชน สิ่งนี้จะคอยสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายในการพัฒนา การกำหนดภารกิจ และแนวทางการดำเนินการตามภารกิจอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะช่วยให้การกำหนดแผนงานและโครงการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เป็นทิศทางเดียวกันกับส่วนภูมิภาค (อำเภอและจังหวัด) สามารถสอดคล้องและประสานสนับสนุนในจุดมุ่งหมายร่วมกัน (Prathompanich, & Muenduang, 2023) ส่งผลให้องค์กรเกิดการพัฒนาย่างต่อเนื่องและทำให้บุคลากรเหล่านั้นเกิดความรักในหน่วยงานและมุ่งจะตอบสนองให้หน่วยงานพัฒนายิ่งขึ้น (Nuibunkaeo, 2024)

จากความสำคัญและเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐที่มาจากการมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์กรบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริหารราชการ การสร้างความโปร่งใสและความรับผิดชอบ พร้อมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐในองค์กรบริหารส่วนตำบลยังคงมีปัญหาและอุปสรรคที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้และสร้างประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ ดังนั้นการมีส่วนร่วมของบุคลากร จึงถือเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐไปสู่ความสำเร็จทำให้เกิดประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและเสริมสร้างให้ส่วนราชการมีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้คล่องตัวและมีคุณภาพในการให้บริการ พร้อมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรมีการพัฒนาตนเอง คิดริเริ่ม และเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยการนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการวางแผนและ

ตัดสินใจอย่างรอบคอบเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนให้หน่วยงานภาครัฐมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และมุ่งเน้นไปที่ประโยชน์ของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐซึ่งเน้นที่ผลลัพธ์และการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การประเมินผลการดำเนินงานในระดับท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) และระดับภูมิภาค (อำเภอและจังหวัด) จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการวัดความสำเร็จและตรวจสอบว่าหน่วยงานต่างๆ ผ่านเกณฑ์คุณภาพที่กำหนดไว้หรือไม่ หากการพัฒนา PMQA ประสบความสำเร็จจะก่อให้เกิดวงจรการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานของภาครัฐอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานที่มีคุณภาพในองค์กรภาครัฐไทย การเปลี่ยนแปลงนี้จะส่งผลให้การบริการสาธารณะมีคุณภาพสูงขึ้น ประชาชนได้รับบริการที่ดีขึ้น และเกิดความพึงพอใจอย่างยั่งยืนในที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส
2. เพื่อประเมินระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

วิธีการวิจัย

ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ บุคลากรส่วนราชการองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส จำนวน 72 แห่ง รวมจำนวนบุคลากรทั้งหมด 3,020 คน ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คน และได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยสุ่มเก็บตามจำนวนบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส จำนวน 72 แห่ง แบ่งเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลละ 5 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 360 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ โดยใช้ Google Form แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์ และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ เมื่อร่างแบบสอบถามเสร็จสิ้น นำแบบร่างดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้องและความเหมาะสมตามหลักวิชาการ หลังจากนั้นผู้วิจัยนำเครื่องมือแบบสอบถามฉบับร่างที่พัฒนาและปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยการวัดดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคานินยาม (Item Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนมีความสอดคล้องกับข้อคำถามกับคานินยาม ระหว่าง +1, 0 และ -1 ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 จึงจะมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและคัดเลือกไว้ใช้ได้ ถ้าค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง ซึ่งผลการทดสอบสรุปค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามพบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในระหว่าง 0.67 – 1.00 ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น ซึ่งการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง

จำนวน 30 คน เพื่อวัดความเชื่อถือได้ของเครื่องมือว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษาได้โดยเก็บแบบสอบถาม เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ จากนั้นนำผลจากแบบสอบถามมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) และกำหนดเกณฑ์ความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งผลการทดสอบสรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) อยู่ที่ 0.99 พบว่ามีความสอดคล้องโดยค่าที่ยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 ถือได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพ มีความเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจัดทำหนังสือแนะนำตัวและหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามไปยังองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาสทั้ง 72 แห่ง พร้อมแนบลิ้งค์แบบสอบถามออนไลน์ที่จัดทำผ่านระบบ Google Form ตามที่กำหนดในกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 360 คน คิดเป็นร้อยละ 100

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการลงข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และเพื่อวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis) ระหว่างองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของบุคลากร ซึ่งประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (X^1) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ (X^2) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (X^3) และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (X^4) กับองค์ประกอบของการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Y) ของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมของบุคลากรที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส รวมถึงการวิเคราะห์ความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยการทดสอบจากค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ต้องมีค่าที่ไม่เข้าใกล้หรือเกิน 10 ซึ่งจากการวิเคราะห์และตรวจสอบค่า Tolerance และ VIF ของตัวแปรต้น พบว่า ค่า Tolerance ของการมีส่วนร่วมของบุคลากรแต่ละด้านอยู่ระหว่าง 0.24 – 0.28 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 3.64 – 4.25 ซึ่งมีค่าที่ไม่เข้าใกล้หรือเกิน 10 จึงจะสามารถทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า การมีส่วนร่วมของบุคลากรมีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.71$) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ($R^2 = 0.50$)

ข้อจำกัดการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างจำกัดเฉพาะพื้นที่ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเฉพาะในองค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดนราธิวาสเท่านั้น ซึ่งอาจไม่สามารถสะท้อนภาพรวมของการบริหารจัดการภาครัฐในพื้นที่อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
2. วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล อาจจำกัดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่สามารถเข้าถึงและใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ส่งผลต่อความหลากหลายของข้อมูลและอาจเกิดอคติในการตอบคำถาม
3. เครื่องมือเก็บข้อมูลมีเพียงประเภทเดียว เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามเพียงประเภทเดียว ซึ่งอาจไม่สามารถเจาะลึกถึงปัจจัยเชิงลึกหรือบริบทเฉพาะของแต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐได้เท่าการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสังเกตการณ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาคูณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่ จังหวัดนราธิวาส ตามวัตถุประสงค์การวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

การมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.73) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.70) และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

ด้าน	การมีส่วนร่วมของบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.72	0.70	มาก
2	การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	3.77	0.72	มาก
3	การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	3.74	0.73	มาก
4	การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.68	0.76	มาก
รวม		3.73	0.67	มาก

2. ระดับการพัฒนาคูณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

การพัฒนาคูณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการนำองค์การมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.71) ด้านการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.03$) โดยมีค่า S.D. เท่ากับ 0.69 และ 0.67 ตามลำดับด้านการวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ และด้านผลลัพธ์การดำเนินการ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.02$) โดยมีค่า S.D. เท่ากับ 0.68 และ 0.65 ตามลำดับ ส่วนด้านการจัดการกระบวนการ ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.68) และด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.68) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาคูณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

ด้าน	การพัฒนาคูณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	การนำองค์การ	4.07	0.71	มาก
2	การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์	3.99	0.68	มาก
3	การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4.03	0.69	มาก
4	การวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้	4.02	0.68	มาก
5	การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล	4.03	0.67	มาก
6	การจัดการกระบวนการ	4.01	0.68	มาก
7	ผลลัพธ์การดำเนินการ	4.02	0.65	มาก
รวม		4.02	0.62	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมของบุคลากรที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

3.1 การวิเคราะห์ความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของการมีส่วนร่วมของบุคลากรที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยการวิเคราะห์และตรวจสอบค่า Tolerance และ VIF ของตัวแปรต้น พบว่า ค่า Tolerance ของการมีส่วนร่วมของบุคลากรแต่ละด้านอยู่ระหว่าง 0.24 – 0.28 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair, Anderson, Babin, and Black (2010) ที่กำหนดให้ไว้ว่าค่าของ Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 3.64 – 4.25 ซึ่งมีค่าที่ไม่เข้าใกล้หรือเกิน 10 แสดงว่า การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ไม่เกิดปัญหาความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของการมีส่วนร่วมของบุคลากรส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

การมีส่วนร่วมของบุคลากร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	0.28	3.64
การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	0.24	4.17
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	0.24	4.25
การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	0.24	4.25

3.2 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis) ตัวแปรต้นที่ใช้ในการทดสอบ คือ การมีส่วนร่วมของบุคลากร และตัวแปรตาม คือ การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส พบว่า การมีส่วนร่วมของบุคลากรมีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.71$) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ($R^2 = 0.50$) แสดงว่าการมีส่วนร่วมสามารถอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐได้ร้อยละ 50 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน ($Beta = 0.71$) ซึ่งมีความเป็นบวก สะท้อนให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของบุคลากรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ กล่าวคือ เมื่อระดับการมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของการมีส่วนร่วมของบุคลากรส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยภาพรวม

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	1.58	0.13		12.07	0.00
การมีส่วนร่วมของบุคลากร	0.66	0.04	0.71	18.93	0.00*
$R = 0.71$, $R^2 = 0.50$, Adjusted R Square = 0.50, $F = 358.40$, Sig = 0.00					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมสามารถร่วมกันพยากรณ์การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ร้อยละ 51 ($R^2 = 0.51$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านผลประโยชน์มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐมากที่สุด (Beta = 0.35) ด้านการประเมินผล (Beta = 0.18) และด้านการตัดสินใจ (Beta = 0.17) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านการดำเนินการไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของการมีส่วนร่วมของบุคลากรส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส จำแนกตามการมีส่วนร่วมรายด้าน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	1.59	0.13		12.07	0.00
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	0.15	0.06	0.17	2.42	0.02*
การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	0.05	0.07	0.06	0.78	0.44
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	0.30	0.07	0.35	4.61	0.00*
การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	0.15	0.06	0.18	2.35	0.02*
R = 0.71, $R^2 = 0.51$, Adjusted R Square = 0.50, F = 91.70, Sig = 0.00					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สามารถเขียนในรูปสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$Y = 1.59 + 0.15 (\text{การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ}) + 0.05 (\text{การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ}) + 0.30 (\text{การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์}) + 0.15 (\text{การมีส่วนร่วมในการประเมินผล})$

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

จากการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส พบว่า บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาสมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการมีส่วนร่วมในการดำเนินการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ขณะที่การมีส่วนร่วมในการประเมินผลมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1.1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการตัดสินใจ โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจด้านต่าง ๆ อาทิ การนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาองค์กร การเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน ตลอดจนการร่วมเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ นอกจากนี้ องค์การยังสนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการกำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในกระบวนการตัดสินใจขององค์การอย่างเป็นรูปธรรม จึงทำให้การมีส่วนร่วมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen and Uphoff (1980) ที่กล่าวว่าการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเป็นองค์ประกอบสำคัญของการมีส่วนร่วม โดยบุคลากรควรมีส่วนร่วมตั้งแต่การ

ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phansamrong (2021) ที่พบว่าโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาองค์การส่งผลให้การดำเนินงานตามหลัก PMQA ประสบความสำเร็จ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Booranapim and Hemaphan (2024) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการองค์การตามมาตรฐานสากล

1.2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินการของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยบุคลากรได้รับโอกาสในการเข้าร่วมปฏิบัติตามนโยบายและแผนงานต่างๆ ที่มุ่งสู่การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ อีกทั้งยังได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและจัดกิจกรรมขององค์การ นอกจากนี้ บุคลากรยังมีบทบาทสำคัญในการจัดทำเอกสารและรายงานที่เกี่ยวข้องรวมถึง การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐภายในองค์การ ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลและการเข้าร่วมการอบรมหรือสัมมนาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างครอบคลุมทุกมิติของการพัฒนาองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Cohen and Uphoff (1980) ที่เน้นการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาองค์การ โดยบุคลากรต้องมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การจัดสรรทรัพยากร และการประสานความร่วมมือ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ponkot (2020) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินการส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาคุณภาพบริการ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผนงานและการแก้ไขปัญหา รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Srisantisang and Khemthong (2024) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินการเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถทำนายความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

1.3 การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผ่านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ โดยบุคลากรสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้การให้บริการประชาชนมีคุณภาพดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ องค์การยังมีการสร้างแรงจูงใจผ่านระบบการให้รางวัล การยกย่องชมเชย และการสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็นในการพัฒนางาน ทำให้บุคลากรรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานมากขึ้น อีกทั้งการที่องค์การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง ยังช่วยเสริมสร้างความผูกพันและความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg, Mausner, and Snyderman (1959) ที่เน้นปัจจัยจูงใจ (Motivators) และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) โดยสะท้อนผ่านการให้รางวัล การยกย่องชมเชย และการพัฒนาศักยภาพบุคลากร และทฤษฎีความต้องการของ Maslow (1943) ในระดับการยอมรับนับถือ (Esteem) และการบรรลุศักยภาพของตนเอง (Self-actualization) ผ่านการได้รับการยอมรับและโอกาสในการพัฒนาตนเอง ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย Phansamrong (2021) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการได้รับโอกาสในการพัฒนาความรู้และการนำไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Srisantisang and Khemthong (2024) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความผูกพันและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์การ

1.4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การได้เปิดโอกาสให้บุคลากรมีบทบาทสำคัญในกระบวนการประเมินผลหลายด้าน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง และการติดตามความก้าวหน้าของการพัฒนา PMQA นอกจากนี้ องค์การยังสนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดเกณฑ์การประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูล และการเสนอแนวทางการพัฒนา ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการประเมินผลอย่างเป็นระบบและครอบคลุม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด PDCA ของ Deming (2004) ที่เน้นการตรวจสอบ (Check) และการปรับปรุง (Act) เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phansamrong (2021) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการประเมินผลโดยเฉพาะการเก็บรวบรวมข้อมูลและการให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Nassapat,

Promasatayaprot, and Singwerateam (2021) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการประเมินผลโดยเฉพาะการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความก้าวหน้าเป็นองค์ประกอบสำคัญของรูปแบบการดำเนินงานตามเกณฑ์ PMQA

จากความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจเห็นได้ว่าประสิทธิผลของการขับเคลื่อนนโยบาย PMQA โดยระดับการมีส่วนร่วมที่สูงของบุคลากรสะท้อนความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ กลไกการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพครอบคลุมมิติสำคัญ ได้แก่ การตัดสินใจ การดำเนินการ การประเมินผล และการรับผลประโยชน์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วย การบูรณาการองค์ประกอบหลัก อาทิ การเสริมสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาสมรรถนะบุคลากร การกระตุ้นแรงจูงใจ และการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการพัฒนาคุณภาพ ทั้งนี้ การสร้างการรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่บุคลากรจะได้รับจากการพัฒนาระบบมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความยั่งยืนของการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ การดำเนินการดังกล่าวส่งผลให้เกิดการยกระดับจากระดับปานกลางสู่ระดับสูง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในการพัฒนาระบบราชการอย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

จากการศึกษาระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การนำองค์การ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

2.1 ระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ด้านการนำองค์การ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมีการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลและหลักฐานที่น่าเชื่อถือ มีการส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมของบุคลากร และมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ โดยทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์การ นอกจากนี้ผู้บริหารยังให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรม การส่งเสริมหลักธรรมาภิบาล และการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีการสื่อสารวิสัยทัศน์และค่านิยมขององค์การให้บุคลากรทราบอย่างทั่วถึง ส่งเสริมการพัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากร และรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Office of the Public Sector Development Commission (2019) ที่กล่าวว่า การนำองค์การเป็นหมวดที่มีความสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์การไปสู่ความสำเร็จ โดยผู้บริหารต้องแสดงความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์การ กำหนดทิศทางการทำงานที่ชัดเจน สร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมให้เกิดการปรับปรุงผลการดำเนินการ การบรรลุพันธกิจและวิสัยทัศน์ การเรียนรู้ทั้งในระดับองค์การและบุคลากร รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangrawee, Chatakan, and Chuchoysuwarn (2019) ที่พบว่าการนำองค์การมีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ โดยผู้บริหารต้องแสดงความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ กำหนดทิศทางองค์การชัดเจน และสร้างการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ponkot (2020) ที่พบว่าการนำองค์การที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูล การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และการติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการองค์การ

2.2 ระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะองค์การมีการจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ และแผนยุทธศาสตร์มีการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจน นอกจากนี้ องค์การยังให้ความสำคัญกับการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม การสื่อสารแผนยุทธศาสตร์ให้บุคลากรทุกระดับรับทราบ และการทบทวนปรับปรุงแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง โดยมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การ (SWOT Analysis) ก่อนการวางแผน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Office of the Public Sector Development Commission (2019) ที่ระบุว่า การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์เป็นกระบวนการสำคัญในการแปลงวิสัยทัศน์ไปสู่การปฏิบัติ โดยต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม กำหนดเป้าหมายชัดเจน และติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chimpalee (2022) ที่พบว่าการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพต้องมีการจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และมีการติดตามประเมินผลอย่าง

ต่อเนื่อง รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yajai and Srison (2023) ที่พบว่าการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจน การสื่อสารแผนยุทธศาสตร์ให้บุคลากรรับทราบ และการทบทวนปรับปรุงแผนอย่างสม่ำเสมอ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

2.3 ระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ด้านการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาสให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการอย่างโปร่งใส มีช่องทางรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย และพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะการให้บริการที่ดี นอกจากนี้องค์การยังมีการจัดการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ นำข้อมูลจากผู้รับบริการมาปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยมีการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Office of the Public Sector Development Commission (2019) ที่กล่าวว่าหน่วยงานภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการรับฟังความต้องการ จัดการฝึกอบรม และปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangrawee, Chatakan, and Chuchoysuwarn (2019) ที่พบว่าการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการสร้างช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย การจัดการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ และการนำข้อมูลมาปรับปรุงการให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amonwilaikul, Rojanatrakul, and Bodeerat (2024) ที่พบว่าการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส การพัฒนาทักษะการให้บริการของบุคลากร และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการองค์การภาครัฐ

2.4 ระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ด้านการวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาสให้ความสำคัญกับการนำผลการวิเคราะห์มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงาน มีการแบ่งปันข้อมูลและสารสนเทศที่จำเป็นภายในองค์การอย่างทั่วถึง มีการจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังมีการนำความรู้และนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการและการปฏิบัติงาน มีการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากร และมีการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Office of the Public Sector Development Commission (2019) ที่เน้นความสำคัญของการวัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพองค์การ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangrawee, Chatakan, and Chuchoysuwarn (2019) ที่พบว่าการวัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการนำผลการวิเคราะห์มาพัฒนางานและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในองค์การเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chimpalee (2022) ที่พบว่าการนำผลการวิเคราะห์มาปรับปรุงการดำเนินงาน การจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ และการส่งเสริมนวัตกรรมในการทำงานเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพองค์การ

2.5 ระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาสมีการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและความผูกพันของบุคลากร มีการส่งเสริมการพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมการทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ยังมีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรมและโปร่งใส มีการวางแผนอัตรากำลังที่สอดคล้องกับภารกิจ ส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ และมีระบบการสรรหาคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของบุคลากร สอดคล้องกับแนวคิดของ Office of the Public Sector Development Commission (2019) ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลผ่านการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เหมาะสม การพัฒนาความรู้ความสามารถ และระบบการประเมินผลที่เป็นธรรม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chimpalee (2022) ที่พบว่าการสร้างบรรยากาศ

การทำงานที่ดีและการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amonwilaiikul, Rojanatrakul, and Bodeerat (2024) ที่พบว่าระบบการประเมินผลที่เป็นธรรม การวางแผนอัตรากำลัง และการส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐ

2.6 ระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ด้านการจัดการกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาสมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงาน มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ และมีการบูรณาการกระบวนการทำงานระหว่างหน่วยงานภายใน นอกจากนี้ยังมีการกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน มีการนำข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการมาปรับปรุงกระบวนการ และมีการจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน รวมถึงมีการจัดการความเสี่ยงและการสื่อสารกระบวนการทำงานให้ผู้ปฏิบัติงานทราบอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับแนวคิดของ Office of the Public Sector Development Commission (2019) ที่เน้นความสำคัญของการจัดการกระบวนการที่มีประสิทธิภาพผ่านการนำเทคโนโลยีมาใช้ การติดตามประเมินผล และการบูรณาการการทำงาน รวมถึงแนวคิดของ Deming (2004) เกี่ยวกับวงจรคุณภาพ PDCA ที่ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangrawee, Chatakan, and Chuchoysuwarn (2019) ที่พบว่าการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วยเทคโนโลยีและการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amonwilaiikul, Rojanatrakul, and Bodeerat (2024) ที่พบว่าการบูรณาการกระบวนการทำงาน การจัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงาน และการจัดการความเสี่ยงเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์การ

2.7 ระดับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ด้านผลลัพธ์การดำเนินการ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาสมีผลลัพธ์ด้านการบริหารงบประมาณที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส ผลลัพธ์ด้านคุณภาพการให้บริการมีแนวโน้มดีขึ้น และผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมและการพัฒนาบริการที่แสดงถึงการปรับปรุงผลลัพธ์ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่แสดงถึงการพัฒนาศักยภาพและความผูกพันของบุคลากร และผลลัพธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนที่มีแนวโน้มดีขึ้น รวมถึงผลลัพธ์ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ Office of the Public Sector Development Commission (2019) ที่เน้นการวัดผลลัพธ์การดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งด้านประสิทธิผล คุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพ และการพัฒนาองค์การ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangrawee, Chatakan, and Chuchoysuwarn (2019) ที่พบว่าผลลัพธ์ด้านการบริหารงบประมาณและคุณภาพการให้บริการเป็นตัวชี้วัดสำคัญของความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

จากความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจเห็นได้ว่าการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐมีทิศทางที่แสดงถึงพัฒนาการในเชิงบวก โดยสะท้อนผ่านความพยายามในการยกระดับมาตรฐานการให้บริการและการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับเกณฑ์การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ แต่การศึกษายังพบความแตกต่างของระดับการพัฒนาในบางหน่วยงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพิจารณาบริบทเฉพาะและข้อจำกัดที่แตกต่างกันของแต่ละองค์การ ทั้งนี้ เพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐสามารถบรรลุเป้าประสงค์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การได้อย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

จากการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของบุคลากรมีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.71$) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ($R^2 = 0.50$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) มากที่สุด (Beta = 0.35) การมีส่วนร่วมในการ

ประเมิณผล (Beta = 0.18) และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Beta = 0.17) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่การมีส่วนร่วมในการดำเนินการไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า

3.1 การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ พบว่า มีอิทธิพลสูงสุดต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.35) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Booranapim and Hemaphan (2024) ที่พบว่ามีส่วนร่วมในผลประโยชน์ทั้งด้านการพัฒนาความรู้ การได้รับการยอมรับ และการได้รับรางวัล เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการองค์การ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phansamrong (2021) ที่พบว่าบุคลากรกรมพัฒนาที่ดินมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามหลักการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ โดยเฉพาะในด้านการได้รับประโยชน์จากกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์เป็นกลไกสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร เมื่อบุคลากรสามารถมองเห็นผลประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมจากการมีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นโอกาสในการพัฒนาทักษะและความรู้ ความก้าวหน้าในสายอาชีพ หรือการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและผู้บริหาร จะก่อให้เกิดพลังขับเคลื่อนในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งมั่น สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg, Mausner, and Snyderman (1959) ซึ่งเห็นว่าปัจจัยจูงใจเป็นตัวกระตุ้นสำคัญในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ บุคลากรยังมีแนวโน้มที่จะประเมินความคุ้มค่าระหว่างการลงทุนความพยายามกับผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ หากพบว่ามีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์ บุคลากรจะเกิดความเต็มใจที่จะมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันและต่อเนื่อง

3.2 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล พบว่า มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.18) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phansamrong (2021) ที่พบว่ามีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยเฉพาะการเก็บรวบรวมข้อมูลและการให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nassapat, Promasatayaprot, and Singwerateam (2021) ที่พบว่าหลังจากที่คณะกรรมการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐได้เข้ามามี ส่วนร่วมและแสดงบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ ส่งผลให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมหาสารคามเกิดการขับเคลื่อนและมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการประเมินผลเป็นกลไกสำคัญที่ก่อให้เกิดการติดตาม ตรวจสอบ และสะท้อนผลการดำเนินงานขององค์การอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่เอื้อให้องค์การสามารถปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารงานได้อย่างทันทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมในการประเมินผลยังช่วยส่งเสริมความโปร่งใสในการบริหารงาน ลดโอกาสของการเกิดข้อผิดพลาดหรือการทุจริต และเสริมสร้างวัฒนธรรมแห่งความรับผิดชอบของผู้บริหารและบุคลากรในทุกระดับขององค์การ อันนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิผลและยั่งยืน

3.3 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พบว่า มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.17) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Srisantisang and Khemthong (2024) ที่พบว่ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของหน่วยงานสาธารณสุข นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phansamrong (2021) ที่พบว่าเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้ามามีบทบาทในการตัดสินใจด้านการพัฒนาองค์การ จะช่วยขับเคลื่อนให้การดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ PMQA บรรลุผลสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเป็นกลไกสำคัญที่เสริมสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมในองค์การของบุคลากร เมื่อบุคลากรได้มีโอกาสร่วมกำหนดทิศทาง นโยบาย และแผนการดำเนินงานต่างๆ จะก่อให้เกิดความผูกพันและแรงจูงใจในการขับเคลื่อนองค์การไปสู่เป้าหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ นอกจากนี้ การบูรณาการมุมมองที่หลากหลายจากบุคลากรที่มีองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ยังช่วยเพิ่มมิติในการพิจารณาประเด็นต่างๆ อย่างรอบด้าน นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจที่มีคุณภาพ ครอบคลุม และตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.06$) ซึ่งผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยของ Ponkot (2020) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินการส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาคุณภาพบริการ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผนงานและการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ยังแตกต่างจากงานวิจัยของ Booranapim and Hemaphan (2024) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินการเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการจัดทำเอกสาร การประชาสัมพันธ์ และการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณภาพต่างๆ ซึ่งความแตกต่างที่พบในงานวิจัยการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีส่วนร่วมของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความแตกต่างของบริบทพื้นที่ กลุ่มตัวอย่าง หรือลักษณะขององค์กรที่ศึกษา ซึ่งอาจมีระดับการกระจายอำนาจหรือรูปแบบการบริหารที่ต่างกัน ส่งผลให้การมีส่วนร่วมในการดำเนินการไม่ปรากฏอิทธิพลที่ชัดเจนต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ อีกทั้งความตระหนักรู้และความเข้าใจของบุคลากรเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาคุณภาพ อาจยังไม่เพียงพอทำให้การมีส่วนร่วมในการดำเนินการไม่สามารถส่งผลต่อการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากความคิดเห็นของผู้วิจัยอาจเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมของบุคลากรในแต่ละมิติ มีบทบาทและความสำคัญที่แตกต่างกันไปต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ซึ่งเป็นกลไกจูงใจหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อความร่วมมือของบุคลากรในองค์กร ดังนั้น องค์กรภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสร้างระบบ แรงจูงใจที่ชัดเจน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมบทบาทของบุคลากรในกระบวนการประเมินผลและการตัดสินใจ เพื่อยกระดับการมีส่วนร่วมอย่างรอบด้านและนำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐมากที่สุด องค์กรบริหารส่วนตำบลควรให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ที่บุคลากรจะได้รับจากการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ทั้งในด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ โอกาสในการเรียนรู้และฝึกอบรม การได้รับการยอมรับ และประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน
2. องค์กรบริหารส่วนตำบลควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดเกณฑ์การประเมิน การติดตามความก้าวหน้า และการให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ
3. ควรเพิ่มการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของบุคลากร โดยเฉพาะในการกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางการพัฒนาองค์กร เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ
4. แม้ว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินการจะไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่องค์กรควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากรในกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างการทำงานแบบบูรณาการและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยการมอบหมายงานที่เหมาะสมกับศักยภาพ การจัดตั้งทีมปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วม การเปิดโอกาสให้เสนอแนวทางการทำงานอย่างสร้างสรรค์ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการยกย่องเชิดชูลักษณะต่อความมุ่งมั่นในการมีส่วนร่วม ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นและมีบทบาทเชิงรุกในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ เช่น ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ การสื่อสารภายในองค์กร เป็นต้น เพื่อให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างครอบคลุม

2. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้เข้าใจถึงเหตุผลที่การมีส่วนร่วมในการดำเนินการไม่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญ
3. ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประเภทอื่นๆ หรือพื้นที่อื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยและนำไปสู่การพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมสำหรับแต่ละบริษัท
4. ควรมีการศึกษาวิจัยในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อพัฒนารูปแบบหรือแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

บรรณานุกรม

- Amonwilailuk, S., Rojanatrakul, T., & Bodeerat, C. (2024). Guideline for Promoting the Development of the Quality of Government Management of the Regional Education Office 1-18. *Journal of MCU Phetchaburi Review*, 7(2), 207-220. Retrieved October, 2024, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JPR/article/view/275930/184447>
- Booranapim, P., & Hemaphan, P. (2024). Employee Participation in The Development of ISO 9001:2015 Quality Management System at Chulabhorn Royal Acafemr Office. *Journal of Suvannabhumi Institute of Technology*, 10(2), 88-104. Retrieved October, 2024, from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/svittj/article/view/273042/185952>
- Chimpalee, N. (2022). Guidelines for Improving Public Sector Management Quality Award (PMQA) of Hua Hin Police Station Prachuap Khiri Khan Province. *Journal of Management Science NakhonPathom Rajabhat University*, 9(1), 42-52. Retrieved May, 2024, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/article/view/261867>
- Chombua, T. (2018). *The Participation of Chonburi Provincial Administrative Organization Personnel in the Formulation of the Four-Year Local Development Plan of Chonburi Provincial Administrative Organization* (Master' s thesis). Burapha University. Retrieved May, 2024, from <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/9658/1/59910159.pdf>
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. (1980). Participation's Place in Rural Development: Seeking Clarity Through Specificity. *World Development*, 8(3), 213-235. Retrieved March, 2024, from https://www.researchgate.net/publication/4897194_Participation's_Place_in_Rural_Development_Seeking_Clarity_Through_Specificity
- Deming, W. E. (2004). *Plan Do Check Act (PDCA)*. Retrieved January, 2025, from <https://www.mycoted.com/PDCA>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Retrieved January, 2025, from <https://shorturl.asia/YbKxL>
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Kittisupakorn, S. (2021). The Implementation of the Quality of Life Development Plan for the Elderly in Bangkok Phase II (2018-2021) into Efficacy Implementation. *Vajira Medical Journal: Journal of Urban Medicine*, 65(5), 343-356. Retrieved May, 2024, from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/VMED/article/view/250833/172979>
- Laosupavanich, A., Pruettipinyo, C., & Emyong, N. (2023). Personnel Participation in Public Sector Management Quality Development of Department of Medical Sciences, Ministry of Public Health. *Public Health Policy & Law Journal*, 9(2), 241-254. Retrieved May, 2024, from https://phad.ph.mahidol.ac.th/research/2566/13.66_Achira.pdf

- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. Retrieved February, 2025, from <https://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>
- Moungyai, A. (2022). The Role of the Organization of the Naval Academy in Accordance with the Criteria for Development of Public Administration. *Journal of Thammawat*, 3(1), 1-11. Retrieved April, 2025, from <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/tmwj/article/view/605/350>
- Nassapat, S., Promasatayaprot, V., & Singwerateam, N. (2021). Implementation Model of the Quality Criteria in Public Sector Management at Mahasarakham Provincial Public Health Office. *Journal of the office of DPC 7 Khon Kaen*, 28(2), 85-94. Retrieved October, 2024, from <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jdpc7kk/article/view/245163/170020>
- Nuibunkaeo, P. (2024). Participating in the preparation of Strategic Plans of Personnel. *Savant Journal of Social Sciences*, 1(3), 31-40. Retrieved May, 2024, from https://so16.tci-thaijo.org/index.php/SJ_SS/article/view/417/359
- Office of the Public Sector Development Commission. (2019). *Public Sector Management Quality Award Criteria B.E. 2562*. Retrieved May, 2024, from https://psdg.mof.go.th/th/view/attachment/file/3134393832/เกณฑ์_PMQA_2562.pdf
- Phansamrong, P. (2021). *Personnel Participation in the Department of Land Development Operations Based on Public Sector Management Quality Award Principle* (Master' s thesis). Sukhothai Thammathirat Open University. Retrieved October, 2024, from <https://ir.stou.ac.th/handle/123456789/9161>
- Ponkot, P. (2020). The Relationship between Participation Factors and Quality Improvement of Personnel in Community Hospitals, Nong Khai Province. *Academic Journal of Community Public Health*, 6(1), 50-59. Retrieved October, 2024, from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/ajcph/article/view/247331/168025>
- Prathompanich, P., & Muenduang, P. (2023). People's Participation in Local Development of Ban Han Subdistrict Administrative Organization Kasetsoomboon District Chaiyaphum. *Journal of Buddhamagga*, 8(2), 242-252. Retrieved May, 2024, from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bdm/article/view/271054/175937>
- Sangrawee, S., Chatakan, W., & Chuchoysuwarn, C. (2019). Development of Management Model for Primary Educational Service Area Offices According to Public Sector Management Quality Award (PMQA). *Journal of MCU Nakhondhat*, 6(7), 3552-3571. Retrieved June, 2024, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/201275/150790>
- Siriwan, N. (2018). *Public Sector Management Quality Development: A Case Study of Agencies Awarded the Public Sector Management Quality Award Category 3 on Customer and Stakeholder Focus* (Research Report). Bangkok: Office of the Secretariat of the House of Representatives.
- Somchue, S. (2022). Practical Guidelines for Driving the Development of Public Sector Management Quality Award (PMQA), Provincial Public Health Office. *Journal of the Office of Disease Prevention and Control 9 Nakhon Ratchasima*, 28(1), 81-90. Retrieved May, 2024, from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/ODPC9/article/view/255196/174168>

- Sonsai, P., Meesiri, R., & Bodeerat, C. (2022). The Personnel Development Under New Public Management. *Journal of Modern Learning Development*, 7(11), 538-550. Retrieved April, 2025, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/257835/175618>
- Srisantisang, N., & Khemthong, K. (2024). Predictive Factors of the Personnel Participation for Quality of Public Sector Management in District Health Office, Sisaket Province. *Sisaket Journal of Research and Health Development (SJRH)*, 3(3), 12-27. Retrieved June, 2024, from <https://he03.tci-thaijo.org/index.php/SJRH/article/view/3278/2382>
- Tirat, K. (2020). Total Quality Management and Public Sector Management Quality Award of the Teachers' Council of Thailand. *Journal of Education Rajabhat Maha Sarakham University*, 17(1), 225-233. Retrieved April, 2025, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edu-rmu/article/view/252020/170219>
- Yajai, B., & Srison, W. (2023). Improving the Quality of Public Administration (Public Sector Management Quality Award: PMQA 4.0) from the Office of the Permanent Secretary, Ministry of Interior. *Journal of Management and Local Innovation*, 5(6), 159-167. Retrieved May, 2024, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jmli/article/view/263364/178371>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York, NY: Harper and Row.
- Yamnil, A. (2021). The Development of the Quality of Public Administration (PMQA) in the Organization Management under the Policy of Thailand 4.0 of Agencies under the Ministry of Natural Resources and Environment in Phetchaburi Province. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 8(1), 108-122. Retrieved May, 2024, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/article/view/253269/169745>

Received:	07-03-2025
Revised:	23-05-2025
Accepted:	17-07-2025

**การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือ
ของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี**
**Road Safety Management of Local Government Organization under the Citizen
Cooperation through Social Mechanisms in Surat Thani**

วัฒนา นนทชิต^{*1}

Wattana Nontachit

nontachit@gmail.com

กรวิทย์ เกะกลาง¹

Koravit Koklang

koravidh@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการความปลอดภัยทางถนน 2) ศึกษาความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 3) แสวงหาแนวทางการสนับสนุนความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสมผสานแบบคุชานานเขาหากัน พื้นที่การวิจัยคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการสำรวจข้อมูล กำหนดประชากรโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็นสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ตามโครงสร้างศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพื้นที่ละ 9 แห่ง ตัวอย่างทั้ง 138 แห่ง รวมจำนวน 1,242 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ประธานกรรมการศูนย์อำนวยความสะดวกความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รองประธานกรรมการกรรมการ เลขานุการ และภาคประชาชน การวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารและพนักงานท้องถิ่นที่มีกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในการจัดการความปลอดภัยทางถนนที่โดดเด่น จำนวน 20 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคัล

ผลการศึกษาพบว่า

1) การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานีอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีการเสริมสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืน และมีการสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนนอย่างต่อเนื่อง

^{*} Corresponding Author

¹ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

2) ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับกลุ่มในลักษณะเครือข่ายด้านความปลอดภัยทางถนน การมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชน และมีการระดมทรัพยากรสนับสนุนกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนน

3) การจัดการความปลอดภัยทางถนนมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในระดับปานกลาง โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล เท่ากับ 0.394 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์นำไปสู่การวิเคราะห์แนวทางการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกิดขึ้นได้จากความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมที่สนับสนุนพฤติกรรม การมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชนในการสำรวจความปลอดภัยของถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนน และร่วมกิจกรรมของศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ข้อมูลจากการวิจัยนี้ช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการจัดการและความร่วมมือในด้านความปลอดภัยทางถนน โดยเฉพาะการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในระดับปัจเจกชน ตั้งแต่ การวางแผน การตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติการ การรับผลประโยชน์ และการประเมินผล เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานด้านการจัดการความปลอดภัยทางถนนต่อไปได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: การจัดการความปลอดภัยทางถนน, ความร่วมมือของภาคพลเมือง, กลไกทางสังคม

Abstract

This study aims to 1) examine road safety management 2) investigate citizen cooperation through social mechanisms in the road safety management of local administrative organizations in Surat Thani Province. 3) explore strategies for supporting citizen cooperation through social mechanisms in the management of road safety by local administrative organizations. This research employed a convergent parallel mixed-methods design. The research was conducted within local administrative organizations in Surat Thani Province. The quantitative research utilized questionnaires for data collection. The population was determined using probability sampling through purposive sampling, based on the structure of the Road Safety Operation Centers of local administrative organizations, with 9 samples selected from each of the 138 centers, totaling 1,242 samples. These participants included the chairperson of the Road Safety Operation Center, the vice chairperson, committee members, the secretary, and representatives from the civil sector. The qualitative research employed interviews and focus group discussions with 20 local executives and staff members from local administrative organizations recognized for their outstanding citizen participation activities in road safety management. Data analysis was conducted using frequency, percentage, mean, standard deviation, and canonical correlation analysis.

The results of the study revealed that:

1. The road safety management of local administrative organizations in Surat Thani Province was found to be at the highest level. In particular, the establishment of Road Safety Operation Centers within local administrative organizations was highlighted. These organizations actively promote road safety awareness and a sustainable safety culture, as well as conduct regular road surveys and inspections of physical road conditions.
2. Citizen cooperation through social mechanisms was found to be at the highest level. This includes participation in group-level activities through road safety networks, individual-level engagement in safety-related activities, and the mobilization of resources to support road safety initiatives.
3. Road safety management was moderately correlated with citizen cooperation through social mechanisms, with a canonical correlation coefficient of 0.394. The analysis of the relationships led to an exploration of strategies for road safety management by local administrative organizations, which is facilitated by citizen cooperation through social mechanisms. These mechanisms support individual-level engagement in activities such as road safety surveys and physical inspections of road conditions, as well as participation in the road safety operations centers organized by local administrative organizations.

The findings from this research provide local administrative organizations with in-depth insights into road safety management and citizen cooperation, particularly in promoting individual-level participation throughout various stages—planning, decision-making, implementation, benefit-sharing, and evaluation. These insights can be used to further develop and improve road safety management practices in a more effective and appropriate manner.

Keywords: Road Safety Management, Citizen Cooperation, Social Mechanisms

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาอุบัติเหตุทางถนนนั้นนับเป็นปัญหาใหญ่ อันนำมาซึ่งปัญหาความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดปัญหาอื่นตามมาในการพัฒนาประเทศ อันตรายจากอุบัติเหตุในการจราจรของคนไทย พุ่งขึ้นติดอันดับ 1 ใน 10 ของสาเหตุการตายทั้งหมดเมื่อแยกตามประเภทที่เกิดอุบัติเหตุ พบว่า อุบัติเหตุเกิดจากจักรยานยนต์มากที่สุด และสาเหตุส่วนใหญ่ เกิดจากการไม่สวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่และซ้อนท้าย เมื่อเกิดอุบัติเหตุทำให้ได้รับบาดเจ็บได้รับการกระทบ กระเทือนบริเวณศีรษะและสมองอย่างรุนแรง บางรายถึงขั้นพิการถาวร เป็นภาระให้ครอบครัวและสังคมหรือเสียชีวิตในเวลาต่อมา จากสถิติของศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ Thai RSC (Thailand Road Safety Observatory, 2019) พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 ภาพรวมทั่วประเทศมีจำนวนผู้เสียชีวิตจากการเกิดอุบัติเหตุทางถนนสูงถึง 14,122 ราย และมีผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนนจำนวน 808,705 ราย สำหรับปี พ.ศ. 2567 (ธันวาคม) มีผู้เสียชีวิตจากการเกิดอุบัติเหตุทางถนนสูงถึง 12,574 ราย และมีผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนนจำนวน 778,208 ราย ซึ่งมีแนวโน้มลดลงและคงที่ สำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่เป็นพื้นที่เป้าหมายของการศึกษาวิจัยนี้ ซึ่งเป็นจังหวัดในภาคใต้ตอนบน มีพื้นที่ขนาดใหญ่ที่สุดในภาคใต้ และเป็นอันดับ 6 ของประเทศไทย มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสิ้น 138 แห่ง ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) จำนวน 1 แห่ง เทศบาลนคร จำนวน 2 แห่ง เทศบาลเมือง จำนวน 3 แห่ง เทศบาลตำบล จำนวน 35 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จำนวน 97 แห่ง พบว่า ปี พ.ศ. 2567 สถานการณ์อุบัติเหตุทางถนนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2566 ทั้งประเด็นจำนวนการเกิดอุบัติเหตุ และการบาดเจ็บ โดยเฉพาะการเสียชีวิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.23 (Accident Information Center to Strengthen Road Safety Culture, 2024) อาจกล่าวได้ว่าอุบัติเหตุจากการจราจร เปรียบเสมือนหนึ่งโรคภัยร้ายแรงชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นทุกวันและคุกคามสุขภาพ คุณภาพชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ทุกคน และทุกหน่วยงานต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบ และร่วมมือกันแก้ปัญหา รวมทั้งป้องกันโรคอุบัติเหตุอย่างจริงจังซึ่งการจะป้องกันอุบัติเหตุได้

ทั้งนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะ ตามที่ได้รับการถ่ายโอนภารกิจจากส่วนราชการต่างๆ เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นเอง ทั้งนี้การป้องกันอุบัติเหตุทางถนนถือเป็นอีกภารกิจหนึ่งในอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องดำเนินการแก้ไขปัญหาคือการเกิดอุบัติเหตุทางถนนที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Department of Local Administration Promotion, 2007) ซึ่งมีสาเหตุจากหลายปัจจัยด้วยกัน อาทิ ความบกพร่องทางด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ของผู้ขับขี่ การขาดความรู้ความชำนาญในการใช้รถใช้ถนน การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อบังคับ การขาดเครื่องมือหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกความปลอดภัยทางถนน ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดอันตรายจากการใช้รถใช้ถนน

ดังนั้น ในการดำเนินการป้องกันอุบัติเหตุทางถนน จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องเร่งดำเนินการจัดบริการสาธารณะ ด้านการป้องกันอุบัติเหตุทางถนนในรูปแบบของการจัดการความปลอดภัยทางถนนให้แก่ประชาชน และในขณะเดียวกันหากการดำเนินการเกิดจากความร่วมมือของภาคพลเมืองในท้องถิ่น จะสามารถขับเคลื่อนกิจกรรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการจัดการความปลอดภัยทางถนนในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการลดความเสี่ยง ลดผลกระทบและเตรียมความพร้อมในการป้องกันอุบัติเหตุทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผู้ศึกษาเห็นว่าข้อบังคับของกฎหมายเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยนั้น แม้บัญญัติไว้อย่างรัดกุมเพียงใด หากประชาชนละเลยไม่ปฏิบัติตามแล้วนั้น ข้อบังคับต่างๆ ก็ไม่สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ในการบังคับได้ การสร้างความร่วมมือจึงเป็นอีกแนวทางปฏิบัติหนึ่งเพื่อสร้างความเข้าใจข้อบังคับและสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องตลอดจนการบูรณาการความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจัดการความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ดังนั้น การวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงสถานะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในการจัดการความปลอดภัยทางถนน ตลอดจนการสร้างความร่วมมือจากภาคพลเมืองในท้องถิ่นเพื่อการจัดการความปลอดภัยทางถนนจึงเป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ในขณะเดียวกันงานวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาจังหวัดตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี 20 ปี ในประเด็นประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพชีวิต

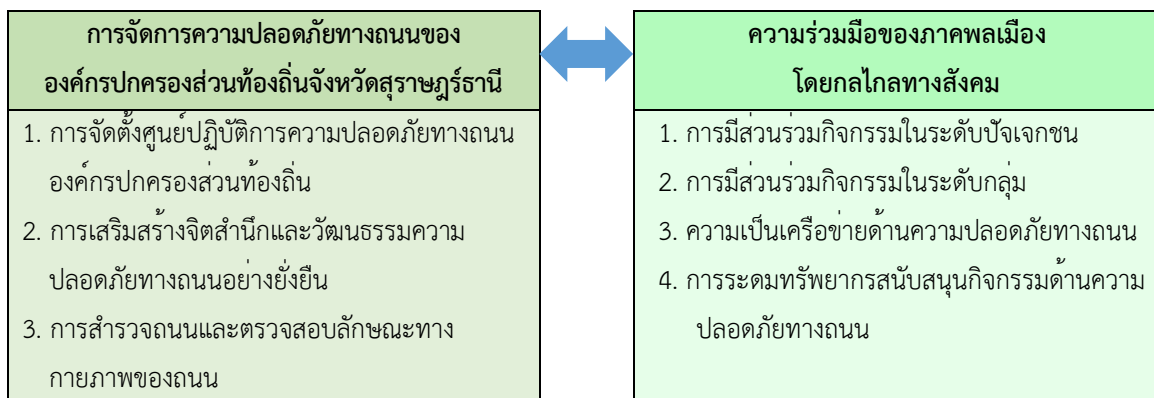
เพื่อให้ความสมบูรณ์เพื่อให้สังคมน่าอยู่ (Surat Thani Provincial Office, 2024) โดยมุ่งสู่การเป็นสังคมปลอดภัยและประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมด้านการจัดการความปลอดภัยทางถนนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการสนับสนุนความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการจัดการความปลอดภัยทางถนนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาด้านการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแบบด้านการบริหารจัดการความปลอดภัยทางถนนโดยเฉพาะในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อาศัยความร่วมมือจากภาคพลเมืองนั้น โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเชิงปฏิบัติการในพื้นที่และจากความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ในการจัดการความปลอดภัยทางถนนในทุกมิติ ซึ่งเป็นการสร้างความตระหนักถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานราชการที่เข้มแข็งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ถือว่าเป็นความร่วมมือที่สำคัญที่สุดกับการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนน ผู้วิจัยนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัยและสามารถพัฒนาไปสู่ขั้นตอนการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกิดประโยชน์แก่ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการศึกษาการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ว่า “การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความร่วมมือของภาคพลเมืองในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ผ่านกลไกทางสังคม”

ทบทวนวรรณกรรม**การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**

การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ถือเป็นภารกิจที่สำคัญในการลดอุบัติเหตุ การสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินในระดับชุมชน โดย อปท. มีบทบาททั้งในด้านการวางแผน การดำเนินการ การรณรงค์ และการควบคุมดูแลให้ถนนในเขตพื้นที่มีความปลอดภัย โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในต่างประเทศที่มีความหลากหลายและเป็นระบบมาก ซึ่งหลายประเทศได้พัฒนาแนวทางที่ประสบความสำเร็จจนสามารถนำมาปรับใช้ในบริบทของไทยได้ อาทิ ประเทศสวีเดน ที่มีเป้าหมาย "ไม่มีผู้เสียชีวิตหรือบาดเจ็บสาหัสจากอุบัติเหตุบนถนน" โดยบทบาทของท้องถิ่นออกแบบถนนโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของมนุษย์ ลดความเร็วในเขตชุมชน หรือเพิ่มมาตรการป้องกันผู้เดินเท้าและผู้ขี่จักรยาน (Tingvall, & Haworth, 1999) ประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ รัฐบาลท้องถิ่น รับผิดชอบด้านการบำรุงถนน ออกแบบพื้นที่เมืองให้ปลอดภัย และให้การศึกษาแก่ประชาชน มีการเก็บข้อมูลอุบัติเหตุแบบ real-time และวิเคราะห์จุดเสี่ยงระดับท้องถิ่น (Austroads, 2016) ประเทศสหรัฐอเมริกา หน่วยงานท้องถิ่น นำระบบ Local Road Safety Plan (LRSP) เป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนสนับสนุนโดย Federal Highway Administration (FHWA) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลอุบัติเหตุ จัดลำดับความสำคัญ และวางแผนและดำเนินการตามงบประมาณ (Federal Highway Administration, 2020) สำหรับสหราชอาณาจักร ภายใต้โครงการ 20's Plenty Campaign โดยการรณรงค์ลดความเร็วในพื้นที่ที่อยู่อาศัยลงเหลือ 20 ไมล์ต่อชั่วโมง ที่สามารถช่วยลดอุบัติเหตุและสร้างสภาพแวดล้อมปลอดภัยมากขึ้น (Atkins, AECOM, & Maher, 2018)

การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย กำหนดโดยกระทรวงมหาดไทยได้ชักชวนแนวทางในการดำเนินงานป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนให้มีความต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมตามนโยบายของรัฐบาล และเพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนให้เกิดขึ้นในสังคมไทย โดยกำหนดอำนาจหน้าที่ให้สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนนอำเภอ (Provincial Local Government Promotion Office, 2019) และสามารถใช้จ่ายงบประมาณในการดำเนินการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนน ภายใต้ขอบเขตอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญและนำแนวทาง "ประชารัฐ" เป็นกลไกในการสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วน เพื่อให้การป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนมีความต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมประกอบกับเพิ่มประสิทธิภาพการขับเคลื่อนงานในพื้นที่โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยตามพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 และการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนตามระเบียบ สำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนน พ.ศ. 2555 กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการ (Road Safety Administration Center, 2019) รายละเอียดปรากฏตามหนังสือกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ด่วนที่สุด ที่ มท 1810.4/ว6441 ลงวันที่ 13 พฤศจิกายน 2562 โดยกำหนดให้ 1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ศปอ.อปท) เพื่อดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับอุบัติเหตุทางถนนตามอำนาจหน้าที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) การเสริมสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืน และ 3) ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนนที่ชำรุดให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์

ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (Royal Academy, 2006) ให้นิยามคำว่า "civil society" ว่า "ประชาสังคม" หมายถึง "คำนี้มีความหมายแตกต่างกันขึ้นอยู่กับมุมมองความสัมพันธ์ของเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ว่าเน้นเรื่องใด อัดัม เฟิร์กูสัน (Adam Ferguson, 1723-1816) ใช้คำว่าประชาสังคมเพื่อหมายถึงการปรับตัวของสังคมจากสังคมโบราณที่มีความสัมพันธ์เชิงเครือญาติและไม่มีทรัพย์สินส่วนบุคคลสู่สังคมสมัยใหม่ ประชาสังคมจึงเป็นรูปแบบของสังคมที่ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมสาธารณะแตกต่างกับกิจกรรมของครอบครัวและกิจกรรมของรัฐแบบเดิม กิจกรรมประชาสังคมดำเนินการภายใต้กรอบนิติกรรมและมีขอบเขตครอบคลุมประเด็นเรื่องการมีส่วนร่วมสาธารณะ Georg Wilhelm Friedrich Hegel (Stephen, 2022) เห็นว่าประชาสังคม

คือพื้นที่ระหว่างปัจเจกบุคคลกับรัฐที่เกิดขึ้นชั่วคราวเมื่อสังคมมีความสนใจหรือมีเป้าหมายบางอย่างร่วมกัน Antonio Gramsci (Van Dommelen, 2018) เห็นว่า ประชาสังคม คือ พื้นที่ระหว่างความสัมพันธ์เชิงอำนาจของภาครัฐกับความสัมพันธ์ของการผลิตทางเศรษฐกิจของประชาชน ซึ่งมีทั้งชีวิตส่วนตัว และชีวิตสาธารณะ ในกระบวนการช่วงชิงพื้นที่เชิงอำนาจนี้มักมีการครอบงำทางชนชั้นเพื่อนำไปสู่การสนับสนุนรัฐในที่สุด การกระทำร่วมกันโดยสมัครใจ บนพื้นฐานของเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ค่านิยม และผลประโยชน์ร่วมกัน การเป็นพื้นที่สาธารณะที่พลเมืองและองค์กรอาสาสมัครเข้าร่วมอย่างมีอิสระเสรี ปลอดจากการควบคุมของรัฐ ธุรกิจและการตลาด ดังนั้น องค์กรหรือกลุ่มประชาสังคม (Civil Society Organization) จึงเป็นองค์กร/กลุ่มที่ไม่แสวงหากำไร ที่ไม่ใช่ของรัฐ มารวมตัวกันด้วยหลายเป้าหมาย เช่น ด้านจริยธรรม วัฒนธรรม การเมือง วิทยาศาสตร์ ศาสนา และการระดมเงินบริจาคและเงินทุน ซึ่งการรวมตัวกันในขณะที่ Jezard (2018) จาก The World Economic Forum นิยามความหมายของ Civil Society ว่าเป็นการเคลื่อนไหวที่ไม่ได้เกิดมาจากภาครัฐ มีเป้าหมายเพื่อต่อต้านระบอบเผด็จการ ซึ่งบางครั้งกลุ่ม Civil Society ถูกเรียกว่าเป็น "the third sector" "social sector" หรือ "volunteerland" ที่ไม่ใช่ภาครัฐและภาคเอกชน สำหรับ Kenny (2016) ให้นิยามว่า Civil society คือ เครือข่ายที่มีการรวมตัวกันของหลากหลายกลุ่มและชุมชน ที่ตั้งอยู่ตรงกลางเชื่อมต่อระหว่างปัจเจกบุคคลและรัฐสมัยใหม่ การที่ Civil society จะประสบความสำเร็จได้ สังคมนั้นจะต้องมีความเป็นประชาธิปไตยอย่างมาก

ในขณะที่ประเทศไทยให้ความหมายของ Civil society คือ การรวมตัวกันของกลุ่มต่างๆ ที่ไม่ใช่รัฐบาลและต้องไม่รวมตัวกับทั้งรัฐบาลและเอกชนด้วย แต่ในยุคหลังมีการให้ความหมายเพิ่มเติมว่า ประชาสังคม เป็นการร่วมมือกันของทั้งภาคประชาชน ภาคเอกชน และภาครัฐมีอำนาจในการต่อรองกับอำนาจรัฐทั้งในระดับแนวราบและแนวดิ่ง (Chiangthong, 2000) โดยจุดเน้นของประชาสังคม คือ 1) ไม่ชอบและไม่ยินยอมให้รัฐครอบงำหรือบงการ มีการยอมรับความช่วยเหลือจากรัฐหรือมีความร่วมมือกับรัฐได้ และสามารถขึ้นำกับตลอดจนคัดค้านรัฐได้พอสมควร 2) ไม่ชอบลัทธิปัจเจกชนนิยมสุดขั้ว ซึ่งส่งเสริมให้คนเห็นแก่ตัว ต่างคนต่างอยู่ แกร่งแย่งแข่งขันกันจนไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม หากแต่สนับสนุนให้ปัจเจกชนรวมกลุ่มรวมหมู่ และมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม โดยไม่ปฏิเสธการแสวงหาหรือปกป้องผลประโยชน์เฉพาะส่วนเฉพาะกลุ่ม (Laothamathat, 1998)

การเคลื่อนไหวทางสังคม หรือ Social movement (Turner, Smelser, & Killian, 2020) คือ การรวมตัวกันหลวมๆ ในรูปแบบกลุ่มเพื่อรณรงค์หรือเรียกร้องการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและค่านิยมทางสังคม ประภาส ปิ่นตบแต่ง อธิบายว่า ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม เป็นการรวมกลุ่มของประชาชน เพื่อเคลื่อนไหวเรียกร้องผลประโยชน์สาธารณะและความพยายามในการสร้างผลกระทบต่อนโยบายของรัฐในด้านต่างๆ (Pintoptaeng, 2009) กลยุทธ์การเคลื่อนไหวทางสังคมยังเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เป้าหมายบรรลุ Meyer and Staggenborg (2007) ได้ให้ความหมายของกลยุทธ์ (strategy) ว่าเป็นแผนการเพื่อนำไปสู่การกระทำ และยังมีการวางแผนด้านทรัพยากรที่ต้องใช้ในการระดมพล เพื่อสร้างการกระทำร่วมกันของคนหมู่มาก หรือ Collective actions ทั้งหมดนี้จะมีการกำหนดและออกแบบเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามที่กลุ่มต้องการ (Meyer, & Staggenborg, 2007) ซึ่งนักกลยุทธ์จะต้องมองหาแหล่งทรัพยากร เป้าหมาย และโอกาสที่มีอยู่ และพยายามใช้องค์ประกอบทั้งหมดนี้ เพื่อสร้างอำนาจและอิทธิพลในการเคลื่อนไหวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมไปถึงสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์และแรงกดดันที่ได้รับให้ดีที่สุด เมื่อมีการสร้างกลยุทธ์ที่ใช้ในการเคลื่อนไหวขึ้นมาได้แล้ว จะนำไปสู่การกระทำระหว่างกลุ่มผู้เคลื่อนไหวทางสังคม เป้าหมาย ฝ่ายตรงข้าม และพันธมิตร ดังนั้น นักเคลื่อนไหวที่มีความสามารถจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้เข้าร่วมทั้งภายในและนอกกลุ่ม เพื่อนำไปสู่การเคลื่อนไหวร่วมกัน (Meyer, & Staggenborg, 2007)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสมผสานวิธีแบบคู่ขนานเข้าหากัน (The Convergent Parallel Design) โดยการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพร้อมกับข้อมูลเชิงคุณภาพในการเชื่อมโยงและเปรียบเทียบเพื่อการตีความข้อค้นพบการวิจัย (Creswell, & Plano Clark, 2011) กำหนดพื้นที่และประชากรการวิจัยตามการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากโครงสร้างศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนน

พ.ศ. 2554. เล่มที่ 128 ตอนพิเศษ 4 ง, หน้า 7-9 (Accident Information Center to Strengthen Road Safety Culture, 2024) ซึ่งมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวน 138 แห่ง

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการสำรวจข้อมูล มีการกำหนดประชากรและพื้นที่เป้าหมายเฉพาะโดยศึกษาข้อมูลภาคสนาม โดยการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จากโครงสร้างประชากรที่ปฏิบัติงานตามโครงสร้างศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพื้นที่ละ 9 ตัวอย่างทั้ง 138 แห่ง รวมจำนวน 1,242 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ประธานกรรมการ/ผู้อำนวยการศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รองประธานกรรมการ กรรมการ เลขานุการ และภาคประชาชน การสร้างเครื่องมือวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะแบบสอบถามมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการทดสอบความเที่ยงตรงหาค่าความสอดคล้องของแต่ละข้อคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คนด้วยวิธี IVC (Item Variable Congruence Index) ในภาพรวมจากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.98 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงมาก (Thongaram, 2016) การทดสอบความเชื่อมั่น จากประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 30 ชุด มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า เท่ากับ 0.995 แสดงว่า เครื่องมือวิจัยมีความเชื่อมั่นสูงมาก และวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรด้วยสถิติการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ตามลำดับ โดยแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยจากแบบสอบถาม ใช้เกณฑ์การแปลความหมายแบบอันตรภาคชั้น โดยพิจารณาจากช่วงคะแนนของมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (คะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5) ซึ่งคำนวณอันตรภาคเท่ากับ 0.80 (Boone, & Boone, 2012) ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จากสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปหาขนาดและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรต้นกับชุดตัวแปรตาม วิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่าโนนิคอล ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้น ระหว่างตัวแปร 2 ตัวหรือข้อมูล 2 ชุด เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของชุดตัวแปรให้ทราบถึงทิศทางของตัวแปรด้านการจัดการความปลอดภัยทางถนนที่สัมพันธ์กับความร่วมมือของภาคพลเมืองเพื่อการออกแบบและกำหนดกรอบแนวทางในการสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวให้เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันอย่างมีประสิทธิภาพ

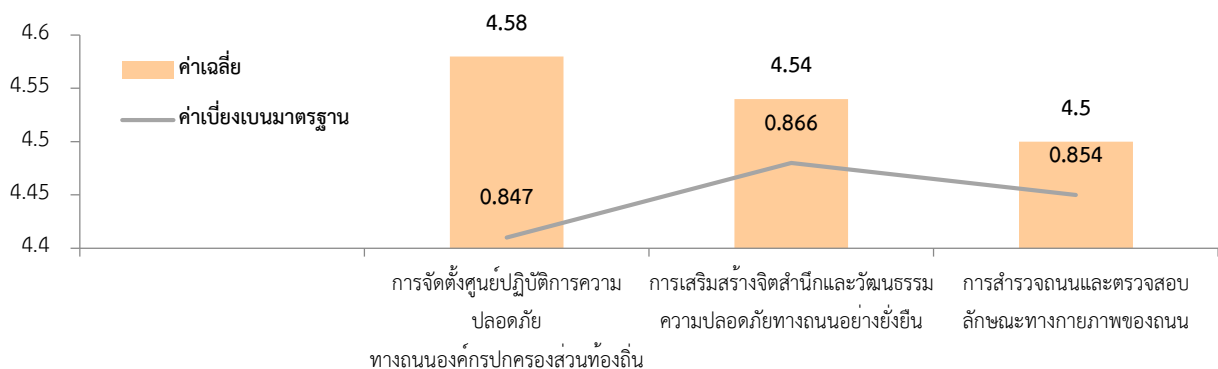
การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยใช้วิธีการ ตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้แหล่งข้อมูลและเครื่องมือที่หลากหลาย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสำหรับสัมภาษณ์คณะผู้บริหารและพนักงานท้องถิ่นที่มีกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่โดดเด่น จำนวน 20 คนซึ่งเป็นคนทำงานจากแต่ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และความร่วมมือของภาคพลเมืองในการจัดการความปลอดภัยทางถนนผ่านกลไกทางสังคมในพื้นที่ ตลอดจนปัญหา แนวทางแก้ไขปัญหามือของภาคพลเมืองในการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการสนทนากลุ่ม ในเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการ

ผลการวิจัย

การศึกษามีพื้นที่เป้าหมาย คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า คุณลักษณะทั่วไปของประชากรสังกัดองค์กรบริหารส่วนตำบล คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมา เทศบาลเมือง คิดเป็นร้อยละ 28.9 เทศบาลตำบล คิดเป็นร้อยละ 27.7 ข้อมูลตำแหน่งตามโครงสร้างศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งคณะทำงาน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมา ภาคประชาชน คิดเป็นร้อยละ 27.6 แบ่งเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.7 ส่วนใหญ่มีอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาอายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 สถานภาพส่วนใหญ่เป็นผู้นำท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 24.9 รองลงมา กลุ่มองค์กรชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ประชาสังคม คิดเป็นร้อยละ 18.4 อาสาสมัคร คิดเป็นร้อยละ 13.4 ชมรม คิดเป็นร้อยละ 12.4 และภาคประชาชน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่ทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 69.1 สภาพความปลอดภัยทางถนนในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความปลอดภัยในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 สามารถสรุปผลการวิจัย สอดคล้องตามวัตถุประสงค์การศึกษาได้ดังนี้

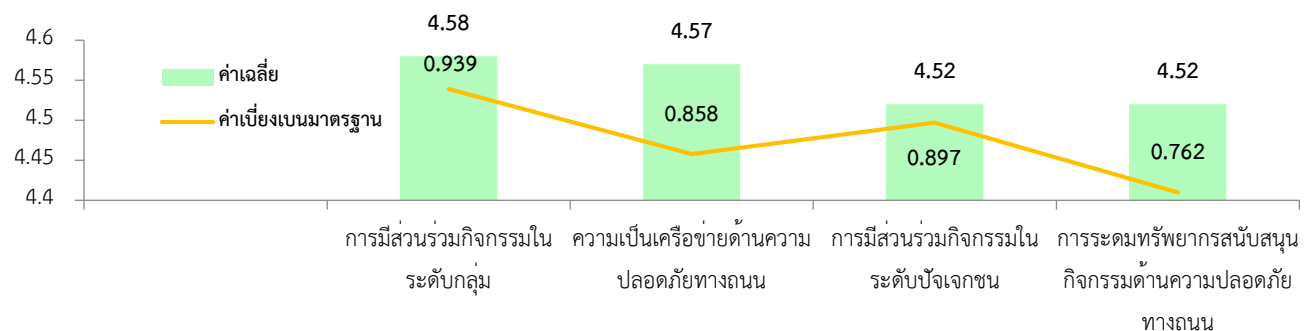
1. การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.58 รองลงมาการเสริมสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.54 และการสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนน มีค่าเฉลี่ย 4.50 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ โดยกำหนดช่วงคะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน รายละเอียดตามแผนภูมิที่ 1

แผนภูมิที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี



2. ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างภาคพลเมืองมีส่วนร่วมโดยกลไกทางสังคมภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 ค่า โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับกลุ่มมีค่าเฉลี่ย 4.58 รองลงมาความเป็นเครือข่ายด้านความปลอดภัยทางถนนมีค่าเฉลี่ย 4.57 การมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชน มีค่าเฉลี่ย 4.52 และการระดมทรัพยากรสนับสนุนกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนน มีค่าเฉลี่ย 4.52 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ โดยกำหนดช่วงคะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน รายละเอียดตามแผนภูมิที่ 2

แผนภูมิที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม



จากข้อมูลการสัมภาษณ์การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือกับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากเวทีสนทนากลุ่ม โดยตัวแทนภาคพลเมืองสะท้อนว่ามีการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องผ่านกลไก อสม. และ อบพ. ข้อมูลนี้ได้รับการตรวจสอบผ่านวิธี

Triangulation โดยเปรียบเทียบกับแผนงานประจำปีของแต่ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งระบุโครงการรณรงค์ความปลอดภัยในชุมชนไว้ชัดเจน

3. การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จากการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ค่า Canonical Correlation= 0.394) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิกอลจากการพิจารณาข้อมูลของการจัดค่าความสัมพันธ์ข้างต้น พบว่าตัวแปรเริ่มต้นของการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านการสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนนในระดับมากที่สุด และการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมที่สนับสนุนพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชน มากที่สุดซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุดที่มีความสัมพันธ์ในระดับมากที่สุดโดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สามารถแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1-2 และภาพที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าสถิติสำหรับทดสอบความสัมพันธ์

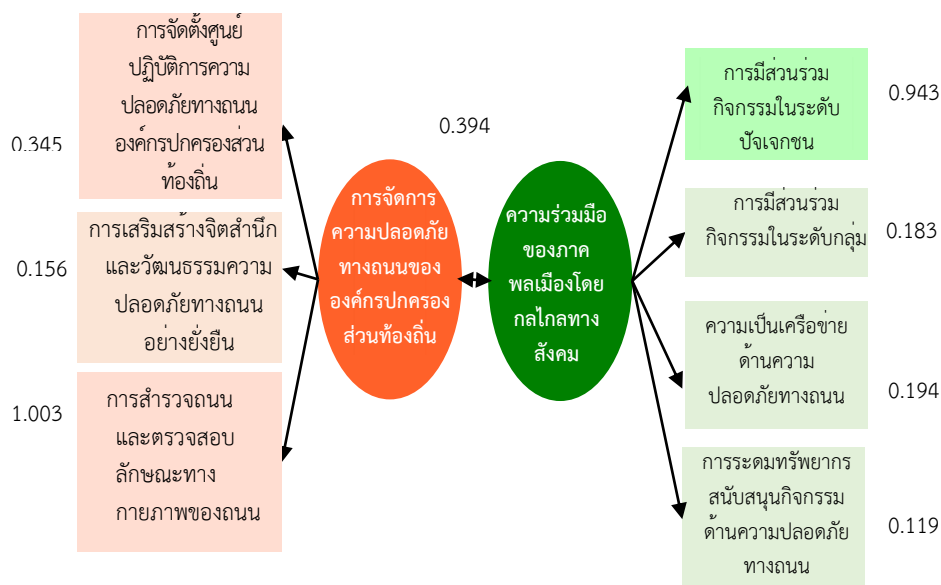
	ชุดที่ 1	ชุดที่ 2	ชุดที่ 3
Variate number			
Canonical correlation	0.394	0.247	0.106
Eigenvalues	0.184	0.065	0.011
Wilk's lambda	0.783	0.927	0.988
F-value (chi square)	26.400	15.768	7.079
Significance ($p < 0.01$)	0.000	0.000	0.001
ความแปรปรวนที่สกัดได้ (Variance extracted) (%)			
การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.711	6.774	7.181
ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม	30.542	61.319	75.799
ความทับซ้อน (Redundancy) (%)			
การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	30.313	33.564	36.121
ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม	4.747	1.891	0.163

จากตารางที่ 1 เป็นความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยค่าสถิติทั้ง 3 ชุดตามตาราง มีความสัมพันธ์เป็นอิสระต่อกัน โดยทำการเลือกค่าที่สำคัญ (Significance) ที่มีค่า Sig. ($p < .000$) เป็นอันดับแรกในการเลือกชุดความสัมพันธ์ และพิจารณาค่าการทับซ้อน (Redundancy) ที่มีค่าสูงกว่าร้อยละ 1.5 เป็นการเลือกชุดความสัมพันธ์ขั้นสุดท้ายเพื่อการวิเคราะห์ผล ดังนั้นจึงเลือกข้อมูลพิจารณาชุดความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม ชุดที่ 1 ตามสมมติฐานแสดงว่าตัวแปรต้น คือ การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรเริ่มต้นของตัวแปรต้น และตัวแปรเริ่มต้นของตัวแปรตาม จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิกอล แบบคะแนนมาตรฐาน และแบบโครงสร้าง ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลแบบคะแนนมาตรฐานและแบบโครงสร้างของการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล	
	แบบคะแนนมาตรฐาน	แบบเชิงโครงสร้าง
ตัวแปรต้น : การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		
1. การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	0.345	0.994
2. การเสริมสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืน	0.156	0.589
3. การสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนน	1.003	2.834
ตัวแปรตาม : ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม		
1. การมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชน	0.943	0.972
2. การมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับกลุ่ม	-0.183	0.521
3. ความเป็นเครือข่ายด้านความปลอดภัยทางถนน	0.194	0.070
4. การระดมทรัพยากรสนับสนุนกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนน	0.119	0.003

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ที่มีค่าสหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการตีความความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญในระดับปานกลาง ตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) เพื่อนำมาอธิบายตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1) การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนน มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับความพร้อมของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมโดยการมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เห็นว่า การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นถือเป็นนโยบายที่ต้องเร่งดำเนินการภายใต้ภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณดังนี้

1.1) การสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนน มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงที่สุด มีค่า standardized canonical coefficient เท่ากับ 1.003 และมีบทบาทในการสร้างความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมสูงมาก ผลสรุปจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพจำนวนตัวอย่าง 20 คน ในภาพรวมสามารถสรุปได้ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานีดำเนินการสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนน จุดเสี่ยง จุดอันตราย จุดที่เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง และดำเนินการปรับปรุงซ่อมแซมให้มีความปลอดภัย รวมทั้ง ระบบไฟฟ้าส่องสว่างอย่างต่อเนื่องตามภารกิจในการจัดบริการสาธารณะ โดยเฉพาะการสำรวจข้อมูลถนนที่อยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหามาของประชาชนพื้นที่ ซึ่งแต่ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีลักษณะทางกายภาพที่ต่างกัน อาทิจุดอันตรายบนท้องถนนมีความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุของชุมชน ทางโค้ง จุดตัดทางแยก จุดตัดทางรถไฟ จุดกลับรถ ริมไหล่ทาง จุดเสี่ยงทางถนนในชุมชนคือตำแหน่งที่เกิดอุบัติเหตุสูงและมีความสูญเสียจากอุบัติเหตุแต่ละครั้ง เช่น ถนนที่มีผิวถนนไม่เรียบ ถนนเป็นหลุมเป็นบ่อ ถนนทางแยก ถนนมีสิ่งกีดขวางวิสัยทัศน์ แสงสว่างไม่เพียงพอ ตลอดจนจุดที่เกิดเหตุบ่อยครั้งในชุมชน โดยจัดให้มีป้ายสัญลักษณ์เตือนอันตรายจากอุบัติเหตุ หากพบการชำรุดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์อย่างต่อเนื่อง

1.2) การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์อยู่ในปานกลาง มีค่า standardized canonical coefficient เท่ากับ 0.345 และมีบทบาทในการสร้างความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมระดับปานกลาง จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม ได้ข้อสรุปว่า การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนในแต่ละท้องถิ่นมีส่วนสำคัญอย่างเป็นรูปธรรมที่สามารถบริหารจัดการโดยคนในชุมชนที่มีอิสระในการออกแบบกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนนตามบริบทแต่ละพื้นที่ อาทิ ชุมชนริมทางรถไฟ ชุมชนเมือง ชุมชนชนบท ชุมชนที่มีถนนหลักและถนนรองตัดผ่าน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมกระบวนการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะมีองค์ประกอบ ได้แก่ แผนปฏิบัติการ แผนงาน โครงการ การดำเนินการและลดอุบัติเหตุทางถนนเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การเฝ้าระวัง ติดตาม และประเมินผล รายงานการดำเนินงาน การส่งเสริม สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นลักษณะศูนย์ข้อมูลและสถิติอุบัติเหตุทางถนนเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนมีภารกิจ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การดำเนินงานต่อสาธารณะอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบันพบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางส่วนมีการขับเคลื่อนกิจกรรมดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม อยู่ในรูปแบบ “ด่านชุมชน” เพื่อทำหน้าที่เป็นจุดคัดกรองป้องปราม ตักเตือน สกัดกั้นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุทางถนนภายใต้กิจกรรม โดยศูนย์ดังกล่าวจัดตั้งขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการป้องกัน และลดความสูญเสียทาง จากอุบัติเหตุทางถนนโดยเฉพาะเส้นทางข้ามจุดตัดรถไฟ ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ณ บริเวณ ป้อมยามจุดตรวจถนนข้ามทางตัดผ่าน ของทางเดินรถไฟบริเวณหน้าองค์การบริหารส่วนตำบลพุนพิน ตลอดจนยังมีบูรณาการกิจกรรมด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนกับกรมการขนส่งทางบกภายใต้โครงการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนในช่วงเทศกาลปีใหม่ 7 วันอันตราย ผลการดำเนินงานในพื้นที่บริเวณจุดตัดทางรถไฟรายงานอุบัติเหตุเป็นศูนย์ โดยการมีส่วนร่วมของผู้นำท้องที่ ผู้นำท้องถิ่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล การรถไฟสถานียรถไฟพุนพิน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ประชาชนจิตอาสา ที่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติหน้าที่และให้ความสะดวกในการดำเนินโครงการ ตลอดจนการขับเคลื่อนจะมีการประชุม คณะกรรมการศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์การบริหารส่วนตำบลพุนพิน (สปล.อบต.พุนพิน) ครั้งที่ 2/2567 เพื่อให้การดำเนินการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนขององค์การบริหารส่วนตำบลพุนพินเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ (Phunphin Subdistrict Administrative Organization, 2024)

2) ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์ซึ่งกันในระดับปานกลาง ค่า Canonical Correlation = 0.394 จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เห็นว่าความร่วมมือของภาคพลเมืองในการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีภาคส่วนต่างๆ ที่มีความเข้มแข็ง อาทิ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นศูนย์กลางของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ภาคใต้ตอนบน ดังนั้น บทบาทของภาคพลเมืองในการผลักดันกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ จึงมีความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง สำหรับกิจกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยทางถนนจะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชน ไม่ว่าจะเป็น การมีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลจะอยู่ในระดับดีมาก สำหรับการมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มองค์กรชุมชนเป็นฐาน อาทิ อาสาสมัครต่างๆ จะมีบทบาทสำคัญเป็นผู้ปฏิบัติการภายใต้กิจกรรมการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตั้งแต่ การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของความปลอดภัยทางถนนในพื้นที่ การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ซึ่งกลุ่มองค์กรดังกล่าวในฐานะผู้ปฏิบัติการจะมีความเข้าใจบริบทเชิงพื้นที่ สภาพปัญหาและกลวิธีในการทำงานตลอดจนการปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย

อภิปรายผล

1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการจัดการความปลอดภัยทางถนน อยู่ในระดับมากที่สุด ตั้งแต่การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีดำเนินงานครอบคลุมทุกพื้นที่ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนน (Provincial Local Government Promotion Office, 2019) เพื่อรองรับสถานการณ์อุบัติเหตุทางถนน การมีแผนปฏิบัติการ แผนงาน โครงการสามารถดำเนินการป้องกันและแก้ไขเกี่ยวกับอุบัติเหตุทางถนน โดยเน้นการส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน และเป็นสื่อกลางสร้างการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยทางถนนได้อย่างทั่วถึง ด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืน ตั้งแต่ การส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนเพื่อส่งเสริมและเสริมสร้างให้เกิดเป็นวัฒนธรรมในการขับขี่ยานพาหนะปลอดภัยยึดถือปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด การดำเนินงานยังมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง และการส่งเสริมความปลอดภัยทางถนนในชุมชนเกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังมีบทบาทในการสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนน เช่น จุดที่เกิดเหตุบ่อยครั้งในชุมชน โดยจัดให้มีป้ายสัญลักษณ์เตือนอันตรายจากอุบัติเหตุ การสำรวจจุดเสี่ยงทางถนนในชุมชน และการสำรวจจุดอันตรายบนท้องถนนมีความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุของชุมชน กิจกรรมดังกล่าวภายใต้การขับเคลื่อนของศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทิศทางเชิงนโยบายและความเป็นผู้นำของพื้นที่นั้นๆ

2. ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการจัดการความปลอดภัยทางถนน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมเริ่มสนใจการมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชน พบว่า สามารถเรียงลำดับตั้งแต่ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ อยู่รองลงมาการมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลตามลำดับ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชนยังมีลักษณะการสนทนาแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ทางการจัดการความปลอดภัยทางถนนโดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกับครอบครัว เพื่อน หรือคนใกล้ชิด มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยทางถนนที่สามารถถ่ายทอด แนะนำสู่บุคคลภายนอก หรือบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวกับการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับกลุ่ม ตั้งแต่การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม รองลงมาการมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

การร่วมเป็นเครือข่ายด้านความปลอดภัยทางถนน พบว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ตั้งแต่ การประชาสัมพันธ์ความปลอดภัยทางถนน รองลงมา การอบรมให้ความรู้ความปลอดภัยทางถนน การสร้างจิตสำนึกความปลอดภัยทางถนน การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับ

ความปลอดภัยทางถนน การพัฒนาเครือข่ายความปลอดภัยทางถนน และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนน อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ สอดคล้องตามแนวคิดของ Jezard (2018) ซึ่งเป็นการเคลื่อนไหวที่ไม่ได้เกิดมาจากภาครัฐเพียงฝ่ายเดียวในลักษณะของตัวแทนหรืออาสาสมัคร และแนวคิดของ Kenny (2016) ตามนิยามของ Civil society คือ เครือข่ายที่มีการรวมตัวกันของหลากหลายกลุ่มและชุมชนในการจัดการภารกิจเพื่อประโยชน์สาธารณะ ตลอดจนการระดมทรัพยากรสนับสนุนกิจกรรมด้านความปลอดภัยทางถนน เช่น การจ่ายเงินสมทบ ออกแรงงาน ทรัพย์สิน หรือวัสดุ ในงานหรือโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เงินทุนจากหน่วยงานต่างๆ บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมทำกิจกรรมสาธารณะที่จัดโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น วัสดุอุปกรณ์/สถานที่ในท้องถิ่น และการจัดการกิจกรรมโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองนับเป็นการมีส่วนร่วมพื้นฐานที่สำคัญของการเมืองท้องถิ่นในระบบประชาธิปไตย เนื่องจาก พลเมืองเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยซึ่งเป็นอำนาจสูงสุดของรัฐและพลเมืองได้ใช้อำนาจผ่านระบบตัวแทนที่เลือกเข้าไปทำหน้าที่ในสถาบันทางการเมือง ต่างๆ ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น สิ่งที่เราให้ความสำคัญคือ การมีส่วนร่วมอย่างมีคุณภาพของประชาชน (Marasri, 2010) กระบวนการหรือความร่วมมือของภาคพลเมืองดังกล่าวถือเป็นการพัฒนาการเมืองระดับท้องถิ่นที่สำคัญ เป็นกระบวนการที่พยายามเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมือง สังคมและเศรษฐกิจชุมชนอย่างเป็นระบบโดยมีพื้นฐานสำคัญอยู่ที่วัฒนธรรมทางการเมืองของประชาชน ที่จำต้องตอบสนองความต้องการของสังคมด้วยความเสมอภาคและเป็นธรรม ผ่านการเพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนให้เป็นแกนสำคัญของการขับเคลื่อนระบบ (Khantikul, 2010)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในระดับต่ำ ผลการพิสูจน์สมมติฐานจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลการจัดการความปลอดภัยทางถนนมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม พบว่ายอมรับสมมติฐาน สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1) การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านการสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนนในระดับมากที่สุดมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในระดับต่ำ ผลจากการศึกษาการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านการสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนนในระดับมากที่สุดมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการมีส่วนร่วมกิจกรรมในระดับปัจเจกชนในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นถึง มิติของความร่วมมือของภาคพลเมือง โดยการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลก่อให้เกิดผลดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย เพราะมีผลในทางจิตวิทยาเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ความคิดเห็นถูกรับฟังและนำไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาเครือข่าย และที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุด (Sadao Subdistrict Administrative Organization, 2024)

2) การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับต่ำมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในระดับต่ำ จากแนวความคิดของการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามทฤษฎีการกระจายอำนาจการปกครองที่มีรูปแบบ คือ การปกครองที่รัฐส่วนกลางมอบอำนาจให้หน่วยการปกครองตามท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสใช้อำนาจในการปกครองตนเองทั้งหมดหรือบางส่วน มีอำนาจในการตัดสินใจและบริหารงานภายในท้องถิ่นของตน ภายใต้หลักการปกครองอันมาจากประชาชนในท้องถิ่น รัฐบาลท้องถิ่นย่อมเป็นรัฐบาลของประชาชนโดยประชาชนและเพื่อประชาชนของท้องถิ่นอย่างแท้จริง การบริหารการปกครองท้องถิ่นจำเป็นต้องมีองค์กรของตนเอง ซึ่งมีความเป็นอิสระไม่เป็นส่วนหนึ่งของรัฐ โดยมีผู้แทนซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารงาน กระทำการในอำนาจบริหารเพื่อกำหนด นโยบายขององค์กรอย่างอิสระ (Piti, 2013) ทั้งยังให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอิสระในการปกครองตนเองสามารถดำเนินการกิจการต่างๆ ได้ภายใต้กฎหมายเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ต่างๆ ของตนเองบนพื้นฐานความเป็นเอกภาพภายในประเทศ ภายใต้ข้อจำกัดบางประการโดยการกำกับดูแลของรัฐส่วนกลาง ซึ่งท้องถิ่นมีพื้นที่รับผิดชอบเฉพาะโดย มีอำนาจและหน้าที่ภายในเขตพื้นที่รับผิดชอบของตนเองเท่านั้น มีฐานะเป็นนิติบุคคล มีผู้แทน มีอำนาจหน้าที่และมีภาษีเป็นของตนเองโดยประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้เลือกตั้งผู้แทนโดยตรง (Lertpaitoon, 2001)

ด้วยความเป็นนิติบุคคลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การดำเนินงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ผู้บริหารท้องถิ่นมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นในการดำเนินนโยบายต่างๆ ได้ตามที่ประชาชนต้องการ (Jitlaoaporn, 2009) อย่างเป็นอิสระ (Autonomy) ทั้งนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่มีอำนาจอธิปไตยอย่างเต็มตัวเพราะยังคงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐส่วนกลาง หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกระทำการใดๆ ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายรัฐส่วนกลางมีสิทธิกำกับการกระทำดังกล่าวได้ (Piti, 2013) โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสุขภาวะของคนในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สอดคล้องกับประเด็นการศึกษานี้ ที่มุ่งประเด็นเกี่ยวกับ “การจัดการความปลอดภัยทางถนน” ซึ่งการเกิดกิจกรรมที่เป็นรูปธรรมจำเป็นต้องอาศัยบทบาทของผู้นำด้านการเมืองของแต่ละองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผนวกกับการผลักดันของกลไกทางสังคมในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นๆ จนเกิดความร่วมมืออย่างชัดเจน ซึ่งกิจกรรมภายใต้การดำเนินงานการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามที่กระทรวงมหาดไทยได้ชักชวนแนวทางในการดำเนินงานป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนให้มีความต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมตามนโยบายของรัฐบาล และเพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนให้เกิดขึ้นในสังคมไทย โดยการนำแนวทาง “ประชารัฐ” เป็นกลไกในการสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วน ในการนี้ เพื่อให้การป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนมีความต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมประกอบกับเพิ่มประสิทธิภาพ การขับเคลื่อนงานในพื้นที่โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยตามพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 และการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนตามระเบียบ สำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนน พ.ศ. 2555

ผลการศึกษาการมุ่งเน้นในเรื่องความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยทางถนน ซึ่งผลดีต่อการบริหารจัดการจัดการเครือข่าย (Wattanasap, 2003) จึงมีความสำคัญต่อระบบบริหารจัดการโดยเฉพาะในกิจการสาธารณะหากพิจารณาเชื่อมโยงประเด็นเกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนนเพื่อยกระดับสุขภาวะของประชาชนในพื้นที่ การบริหารจัดการแบบเครือข่ายผ่านกลไกความร่วมมือของภาคพลเมือง

ดังนั้น การทำงานแบบมีส่วนร่วมนั้นไม่ว่าจะเป็นระดับครอบครัว ระดับโรงเรียน ระดับชุมชน ระดับองค์กร หรือระดับประเทศนั้นล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการทัศน์ปัจจุบัน เพราะจะช่วย ให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของ และจะทำให้ผู้มีส่วนร่วมหรือผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียนั้น ยินยอมปฏิบัติตาม) และรวมถึงตกลงยอมรับได้อย่างสมัครใจ เต็มใจและสบายใจ

สำหรับการอภิปรายผลในประเด็นความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมด้านการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สอดคล้องกับการศึกษาของ สมนึก จันทรเหมือน ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพรูปแบบการจัดการความปลอดภัย ในการจราจร โดยคณะกรรมการศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนน อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง” ผลการวิจัย การพัฒนาศักยภาพรูปแบบการจัดการความปลอดภัยในการจราจรโดยคณะกรรมการศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนน ประกอบด้วย (1) การจัดตั้งคณะกรรมการศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนน และการกำหนดบทบาทหน้าที่ (2) การวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหา และวิเคราะห์จุดเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุทางถนน (3) การจัดทำแผนพัฒนาการป้องกันการเสียชีวิตและลดอุบัติเหตุทางถนน (4) การจัดการข้อมูล การเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาด้านการบาดเจ็บ (5) การสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารด้านอุบัติเหตุในระดับอำเภอ (6) พัฒนาศักยภาพทีมสอบสวนการบาดเจ็บทางถนนในระดับอำเภอ (7) การจัดการจุดเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุทางถนน (8) การสร้างการรับรู้การป้องกันอุบัติเหตุทางถนน จากการดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้การดำเนินงานการป้องกันการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนนอยู่ในระดับดีเยี่ยม (Chanmuen, 2020)

สำหรับผลการสัมภาษณ์ในประเด็นการส่งเสริมความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนผู้บริหารท้องถิ่น กลุ่มอาสาสมัคร และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านความปลอดภัยทางถนนของอปท. ในประเด็น “ความร่วมมือของภาคพลเมือง” ได้ข้อสรุปว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในทุกระดับมีบทบาทเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยทางถนนในระดับตำบลและจังหวัดที่แตกต่างกันตามสภาพพื้นที่ และสภาพแวดล้อมเชิงภูมิศาสตร์ ในขณะที่เดียวกันยังมีปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนประเด็นเชิงสุขภาวะซึ่งขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้นำทางการเมืองในบางพื้นที่ ที่มีมุมมองเชิงการพัฒนาสุขภาวะที่แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ สำหรับมิติด้านความปลอดภัยทางถนนเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาท้องถิ่นมีดังนี้ คือ การลดสถิติการเกิดอุบัติเหตุในพื้นที่ การลดความสูญเสียทางร่างกายและ

ทรัพย์สินของผู้ประสบเหตุอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการป้องกันอุบัติเหตุเชิงพื้นที่ โดยอาศัยนวัตกรรมท้องถิ่นและศักยภาพของภาคพลเมืองที่มีส่วนร่วมและเล็งเห็นความสำคัญของความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน จึงทำให้การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่งในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีศักยภาพแตกต่างกันตามพื้นที่ โดยศูนย์ดังกล่าวมีการกำหนดให้เกิดแผนปฏิบัติการ แผนงาน โครงการดำเนินการและลดอุบัติเหตุทางถนนเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ศูนย์ทำหน้าที่ในส่งเสริม สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นศูนย์ข้อมูลและสถิติอุบัติเหตุทางถนนเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และทำเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การดำเนินงานต่อสาธารณะ ในขณะที่เดียวกันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืนที่เน้นการขับเคลื่อนบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัจจุบันมีหลายหน่วยงานองค์กรภาครัฐที่ให้ความสำคัญกับการลดสถิติอุบัติเหตุทางถนนในระดับท้องถิ่นตลอดจนระดับประเทศ และมีหน่วยงานเอกชนต่างๆ อาทิ บริษัท กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ จำกัด สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) สนับสนุนการสร้างความปลอดภัยทางถนน ลดเสี่ยงอุบัติเหตุ ตี๋ไม่ขับ กลับบ้านปลอดภัย ใส่ใจผู้ร่วมทาง เป็นต้น โดยมีความสอดคล้องตรงกับแนวคิด ทฤษฎีของนักวิชาการ และสอดคล้องกับผลงานวิจัย ที่ผู้วิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษา และได้นำเอาบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวแทนมาอธิบาย ทำให้ผลจากการพิสูจน์สมมติฐานนี้ มีความน่าเชื่อถือและมีความเป็นไปได้ตรงกับสภาพความเป็นจริงอย่างสูงมาก



ภาพที่ 3 ตัวแบบแนวทางการกระตุ้นให้เกิดการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ดังที่กล่าวมาข้างต้น ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมมติความสัมพันธ์ของการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถสรุปได้ว่า การจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเฉพาะ การสำรวจถนนและตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของถนนมีความสัมพันธ์ใน

ระดับสูงมากกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม สำหรับการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการเสริมสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กันซึ่งต่างกับความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคม

จากการศึกษาระดับความสัมพันธ์ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล ทำให้ผู้วิจัยนำวิธีการพัฒนาตัวแบบในลักษณะตัวแบบความสัมพันธ์ทางสังคมศาสตร์ทำให้ผู้อ่านเข้าใจมากยิ่งขึ้น และนำไปสร้างองค์ความรู้และใช้ประโยชน์จากตัวแบบได้จริงสามารถอธิบายผลรายละเอียดตามภาพที่ 3 โดยการสร้างตัวแบบแนวทางการกระตุ้นให้เกิดการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่สามารถเกิดองค์ความรู้เป็นต้นแบบการบริหารกิจการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นที่ให้ความสำคัญในการกิจด้านการจัดการความปลอดภัยทางถนนผ่านกลไกความร่วมมือของภาคพลเมือง

ดังที่ได้อภิปรายผลการวิจัยข้างต้น การประยุกต์ตัวแบบแนวทางการกระตุ้นให้เกิดการจัดการความปลอดภัยทางถนนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้แนวคิดเชิงระบบ (System's Approach) และแนวคิดเชิงบูรณาการแบบองค์รวม ทำให้เกิดความร่วมมือของภาคพลเมืองโดยกลไกทางสังคมในการจัดการความปลอดภัยทางถนนเพื่อเป้าหมายคือ การลดความสูญเสียทั้งร่างกายและทรัพย์สินของประชาชนในพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกิดความคุ้มค่าตามภารกิจของหน่วยงานภาครัฐระดับพื้นที่ ได้อย่างจริงจังและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการจัดการความปลอดภัยทางถนนสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับประเด็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการเสริมสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนอย่างยั่งยืน เน้นย้ำและส่งเสริมการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนนในชุมชนให้เกิดความปลอดภัยอย่างยั่งยืน

2. การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยทางถนนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยั่งยืนและเกิดความต่อเนื่อง ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรบรรจุประเด็นด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในแผนพัฒนาท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นการเป็นชุมชนสุขภาวะที่ยั่งยืน เนื่องจากประเด็นความปลอดภัยทางถนนเป็นประเด็นสำคัญเชิงสุขภาพตลอดจนเป็นตอบสนองนโยบายของภาครัฐ

3. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสนับสนุนการผลิตสื่อและข้อมูลข่าวที่เป็นสารสนเทศนำเสนอแก่ประชาชนในท้องถิ่นโดยช่องทางที่ทันสมัยสอดคล้องกับบริบทตามยุคดิจิทัล เกี่ยวกับกลไกความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ของท้องถิ่นเพื่อผลักดันการมีส่วนร่วมในทุกระดับทั้งระดับปัจเจกบุคคลและระดับกลุ่มให้ภาคพลเมืองเกิดความตระหนักในวาระที่เกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนนในพื้นที่ตนเอง เพื่อประสิทธิภาพสำหรับการสื่อสารทางการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถยกระดับการบริการสาธารณะของท้องถิ่นได้มากยิ่งขึ้น

4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตลอดจนสถาบันการศึกษาในพื้นที่ควรมีการฝึกอบรมบุคลากรเกี่ยวกับการจัดการสุขภาวะในพื้นที่ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับคุณลักษณะและความต้องการและพัฒนาศักยภาพด้านความปลอดภัยมิติต่างๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ความร่วมมือของภาคพลเมืองในระดับปัจเจกชนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการกระตุ้นความร่วมมือของภาคพลเมืององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีแนวทางในการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำกิจการสาธารณะท้องถิ่นซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประชุมเพื่อจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นและร่วมตัดสินใจในประเด็นที่ตนและครอบครัว ตลอดจนชุมชนต้องการในการพัฒนาพื้นที่หรือชุมชนที่ตนอาศัย

2. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ต้องแก้ไขความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ให้โดยเร็วและมีประสิทธิภาพมากที่สุด จำเป็นต้องตระหนักและจัดการให้สนองตอบต่อประชาชนมากที่สุด ควรมีการส่งเสริมการจัดตั้ง “ชมรมเฝ้าระวังความปลอดภัยทางถนนในพื้นที่” เพื่อเป็นช่องทางการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะ “ถนนไม่ปลอดภัย” และสามารถดำเนินการจัดการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

บรรณานุกรม

- Accident Information Center to Strengthen Road Safety Culture. (2024). *Accident Statistics*. Retrieved from <https://www.thairsc.com/>
- Atkins, AECOM, & Maher, M. (2018). *20mph Research Study: Process and Impact Evaluation – Technical Report*. Retrieved from <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5bf2ba08ed915d1830158998/20mph-technical-report.pdf>
- Austrroads. (2016). *Safe System Assessment Framework*. Retrieved from <https://austrroads.gov.au/publications/road-safety/ap-r509-16>
- Boone, H. N., & Boone, D. A. (2012). Analyzing Likert Data. *Journal of Extension*, 50(2). Retrieved from <https://open.clemson.edu/joe/vol50/iss2/48/>
- Chanmuen, S. (2020). Developing the Potential of Traffic Safety Management Models by the Operations Center Committee Road Safety, Khuan Khanun District, Phatthalung Province. *Journal of Environmental Studies, Medicine and Health*, 5(3), 105–116.
- Chiangthong, J. (2000). *Evolution of Civil Society in Thailand*. Bangkok: Research Institute for Develop Thailand.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Department of Local Administration Promotion. (2007). *Summary of the Main Points of Public Service Standards of Local Government Organizations*. Bangkok: Department of Local Administration, Ministry of Interior, Thailand.
- Federal Highway Administration. (2020). *Local Road Safety Plans: A Primer for Roadway Safety Practitioners*. Retrieved from <https://safety.fhwa.dot.gov>
- Jezard, A. (2018). *Indian Parents are the Most Enthusiastic about Doing Their Children’s Homework*. Retrieved from <https://theprint.in/feature/indian-parents-are-the-most-enthusiastic-about-doing-their-childrens-homework/78748/>
- Jitlaoaporn, C. (2009). *Local Administration*. Bangkok: Political Science Association.
- Kenny, N. (2016). Is There a Specific Method for Teaching ESP? *The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 4(2), 253–260.
- Khantikul, P. (2010). *Community Committee Participation in Community Development in Dusit District, Bangkok* (Master’ s thesis). Suan Sunandha Rajabhat University. Bangkok.
- Laothamathat, A. (1998). Non-State Participation: The Meaning of Civil Society. *Thammasat Journal*, 24(2), 1–9.

- Lertpaitoon, S. (2001). *Collection of Constitutional Laws and Laws Issued in Accordance with the Constitution of the Kingdom of Thailand, B.E. 2540*. Bangkok: Yongphon Trading.
- Marasri, B. (2010). *The role of Kumnans and Village Headmen in Promoting Public Political Participation: A Case Study of Bueng Samakkhi District, Kamphaeng Phet Province* (Master's thesis). Sukhothai Thammathirat Open University. Nonthaburi.
- Meyer, D. S., & Staggenborg, S. (2007). *Thinking about Strategy*. Hempstead, New York: Hofstra University
- Phunphin Subdistrict Administrative Organization. (2024). *Report on the Performance of the Road Safety Operations Center of Local Government Organizations*. Retrieved from <http://www.phunphin.go.th/index.php>
- Pintoateng, P. (2009). *Political Analysis Framework Based on Social Movement Theory*. Chiang Mai: Heinrich Böll Foundation, Regional Office, Thailand.
- Piti, S. (2013). *Formation of Local Government Model in Thailand: A Case Study of the Participation of Community Organization Council in Local Government Administration* (Master's thesis). National Institute of Development Administration. Bangkok.
- Provincial Local Government Promotion Office. (2019). *Accident Prevention and Reduction Roads in Accordance with the Regulations of the Office of the Prime Minister on the Prevention and Reduction of Road Accidents 2011*. Retrieved from <http://www.oic.go.th/FILEWEB>
- Road Safety Administration Center. (2019). *Thailand Road Safety Master Plan 2018–2021*. Bangkok: Road Safety Administration Center.
- Royal Academy. (2006). *English-Thai Dictionary of Sociology, Royal Institute Edition*. Bangkok: Royal Institute.
- Sadao Subdistrict Administrative Organization. (2024). *Participation*. Retrieved from <https://sadowlocal.go.th/old/www.sadowlocal.go.th/images/PlanABT/participation.pdf>
- Stephen, H. (2022). *Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1770–1831)*. Retrieved from <https://www.rep.routledge.com/articles/biographical/hegel-georg-wilhelm-friedrich-1770-1831/v-3/sections/philosophy-of-right-abstract-right-action-and-duty>
- Surat Thani Provincial Office. (2024). *Surat Thani Province Development Plan (2023–2027)*. Retrieved from <https://www.oic.go.th/fileweb/cabinfocenter1/drawer033/general/data0000/00000057.pdf>
- Thailand Road Safety Observatory (TRSO). (2019). *Overall Road Accident Situation*. Retrieved from <http://trso.thairoads.org/>
- Thongaram, R. (2016). *Building the Capacity of Local Government Organizations to Manage and Supervise Road Construction* (Doctoral Dissertation). Rajamangala University of Technology Rattanakosin. Nakhon Pathom
- Tingvall, C., & Haworth, N. (1999). *Vision Zero – An Ethical Approach to Safety and Mobility*. Borlänge, Sweden: Swedish Road Administration.
- Turner, R. H., Smelser, N. J., & Killian, L. M. (2020). *Social Movement*. *Encyclopedia Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/social-movement>



- Van Dommelen, P. (2018). *Gramsci, Antonio (1891–1937)*. Retrieved from https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118924396.wbiea2200?medium=article&utm_source=researchgate.net
- Wattanasap, W. (2003). Participation in Organizational Development. In *Seminar Lecture Presented at The Seminar for Employers and Employees in State Enterprises on “Twin-Party System and Solving Labor Problems in State Enterprises”*. Chonburi: Department of Labor Protection and Welfare, Ministry of Labor.

Received: 14-02-2025

Revised: 08-04-2025

Accepted: 01-05-2025

การจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุน
มหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้

Core Competency Management for Enhancing Operational Efficiency of Support Staff
in Public Universities in Thailand's Southern Border Provinces

วันวิสา แซ่เฮ้า^{*1}

Wanwisa Saheao

wanwisa.s@pnu.ac.th

สรัญณี อุเสนยาง²

Sarannee U-senyang

sarannee.u@pnu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยแบบผสานวิธี มุ่งศึกษาการจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อประเมินระดับสมรรถนะหลัก และระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ 2) เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ และ 3) เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการสมรรถนะหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ ที่ประกอบด้วยคุณลักษณะภายในของบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมแสดงออกในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทั้งด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ สนับสนุนสมรรถนะหลักทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) ด้านบริการที่ดี 3) ด้านการสร้างความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 4) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม 5) ด้านการทำงานเป็นทีม

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ประกอบด้วยพนักงานสายสนับสนุน 331 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและการถดถอยพหุคูณพบว่า สมรรถนะหลักและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยสมรรถนะด้านการทำงานเป็นทีม การมุ่งผลสัมฤทธิ์ และการบริการที่ดี ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยบุคลากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 มหาวิทยาลัยของรัฐ ได้แก่ 1) บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ 2) บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และ 3) บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขต

* Corresponding Author

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

Student in Graduate School in Management Program, Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

Faculty of Management Sciences, Princess of Naradhiwas University

ปัตตานี ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์มหาวิทยาลัยละ 3 คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น จำนวน 9 คน จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง พบว่ารูปแบบการจัดการที่นำเสนอครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ผ่าน SMART Goals ระบบพี่เลี้ยง การบูรณาการชีวิตและงาน และการประเมิน 360 องศา 2) ด้านการบริการที่ดี ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะข้ามวัฒนธรรม และระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ 3) ด้านความเชี่ยวชาญ ผ่านแผนพัฒนารายบุคคล การจัดการความรู้ และเส้นทางความก้าวหน้า 4) ด้านจริยธรรม ผ่านธรรมาภิบาล วัฒนธรรมโปร่งใส และเครือข่ายจริยธรรม และ 5) ด้านการทำงานเป็นทีม ผ่านโครงสร้างข้ามสายงาน วัฒนธรรมเปิดกว้าง และเทคโนโลยีดิจิทัล ผลการศึกษานำไปสู่ข้อเสนอแนะที่ว่า มหาวิทยาลัยควรจัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะหลักแบบบูรณาการ โดยเฉพาะการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม การมุ่งผลสัมฤทธิ์ และการบริการที่ดี ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ควรมีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างทีมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน พร้อมทั้งกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน

คำสำคัญ: สมรรถนะหลัก, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, พนักงานสายสนับสนุน, มหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้

Abstract

This mixed-methods research examines core competency management to enhance the operational efficiency of support staff in public universities across Thailand's three southern border provinces. The objectives are: 1) to assess the level of core competencies and operational efficiency among support staff in these universities; 2) to investigate the core competencies that significantly affect their operational efficiency; and 3) to propose a core competency management model for improving the efficiency. This model focuses on internal personal attributes that influence behavioral responses in diverse situations, thereby impacting work performance. These attributes encompass knowledge, skills, and desirable traits, associated with five key competencies: 1) Achievement Motivation; 2) Service Mind; 3) Expertise; 4) Integrity; and (5) Teamwork.

The quantitative sample consisted of 331 support staff. Descriptive and multiple regression analyses revealed that core competencies and operational efficiency were rated at the highest level overall. Three competencies—teamwork collaboration, achievement orientation, and service quality—significantly predicted operational efficiency at a statistical significance level of 0.05.

The qualitative sample comprised key informants who are personnel from three public universities: Princess of Naradhiwas University, Yala Rajabhat University, and Prince of Songkla University, Pattani Campus. Three interviewees were selected from each university, resulting in a total of nine key informants participating in the study. Structured interview findings reveal that the proposed management model encompasses five key dimensions: 1) achievement (SMART goals, mentorship, and 360-degree assessment); 2) service mind (digital tools, cross-cultural skills, and electronic service systems); 3) expertise (development plans, knowledge management, and career progression plan); 4) Integrity (governance, transparency, and the ethics network); and 5) teamwork (cross-functional structures, open culture, and digital collaboration). The study findings propose that universities should develop an integrated core competency development plan, particularly emphasizing teamwork enhancement, achievement orientation, and service excellence. These competencies demonstrate a direct influence on operational efficiency. Universities should also implement specific initiatives, including team-building activities and cross-departmental knowledge exchange programs, in addition to establishing clear, measurable success indicators.

Keywords: Core Competencies, Operational Efficiency, Support Staff, Public Universities the Three Southern Border Provinces

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 - 2580 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 บัญญัติให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล ด้วยภายใต้โครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ การพัฒนาประเทศ การบริหารจัดการภาครัฐ ยังคงขาดความต่อเนื่องและขาดความยืดหยุ่นในการแก้ปัญหาให้แก่ประชาชน ขณะที่ความมั่นคงภายในประเทศยังมีหลายประเด็นที่ต้องเสริมสร้างให้เกิดความเข้มแข็ง ลดความขัดแย้งทางความคิด อุดมการณ์ที่มีรากฐานมาจากความเหลื่อมล้ำ ความไม่เสมอภาค การขาดความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรม (Office of the Secretary of the National Strategy Committee, 2018) สอดคล้องกับการประเมินสถานการณ์ความมั่นคงในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ที่มุ่งผลักดันในเชิงโครงสร้าง กลไก และแนวทางการบริหาร เพื่อให้ประเทศสามารถป้องกัน แก้ไข ในสถานการณ์วิกฤต และรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง (Office of the National Security Council, 2023) หากไม่เร่งแก้ไขปัญหาก็จะเป็นอุปสรรคสำคัญที่

ส่งผลกระทบต่อความร่วมมือของหน่วยงานหลายภาคส่วน (Puey Ungphakorn Institute for Economic Research, 2021) ซึ่งการที่หน่วยงานจะสามารถดำเนินการให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ พันธกิจ และบรรลุป้าประสงค์ ความสำเร็จขององค์กรนั้นเกิดจากการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Education, 2023) การผลักดันให้บุคลากรมีความตั้งใจ กระตือรือร้นในการทำงานด้วยความสมัครใจ เป็นสิ่งที่ผู้บริหารทุกระดับควรให้ความสำคัญ และควรกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Pannarai, 2022) และที่สำคัญต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย ใช้การเจรจาต่อรองเพื่อหาทางออกที่เหมาะสมใช้เทคนิคการต่อสู้ที่อ่อนน้อม เช่น การให้กำลังใจ และเสนอแนวคิดใหม่ (Human Resource and Organization Management Training and Consulting Institute, 2023) ทั้งนี้หน่วยงานทุกประเภท หรือทุกองค์กรล้วนแต่ต้องเร่งสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านการพัฒนาและให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์ (Human Capital) (Saengming, 2020) ที่บุคคลจะต้องประกอบไปด้วยความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ของแต่ละคนที่สั่งสมอยู่ในตัว โดยสามารถดึงสิ่งเหล่านั้นออกมาได้ จนเกิดเป็นศักยภาพองค์กร (Suksirisombat, Hareebin, Vaivong, and Ariyaphonpanya, 2023) การบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี และการพัฒนาสมรรถนะของบุคคลควบคู่ (Sukphon, & Murnpho, 2022) ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในองค์กรและความเป็นมาตรฐาน มีการยกระดับขีดความสามารถเพื่อเป็นการหล่อหลอมค่านิยมและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ร่วมกันในการผลักดันองค์กรให้มีความเจริญเติบโต (Suekhamron, 2022) ซึ่งรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ และมุ่งเน้นไปยังการพัฒนากำลังคนที่ตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ จึงมีการจัดตั้งกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมเพื่อส่งเสริม และกำกับดูแลสถาบันอุดมศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้พัฒนากำลังคนให้มีทักษะสอดคล้องกับการพัฒนาของประเทศ (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, n.d.) เป็นแหล่งสร้างความรู้ และเป็นแหล่งพัฒนากำลังคนเพื่อช่วยเหลือประเทศในการแก้ปัญหาต่างๆ (Tikkhapanyo, 2019)

พนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน ถือเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพระบบการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย ดังนั้น ในช่วงการเปลี่ยนแปลงของมหาวิทยาลัย พนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน ควรมีสมรรถนะหลักที่จะนำไปสู่ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานบุคคลของมหาวิทยาลัยในการพัฒนา และสนับสนุนการปฏิบัติงาน (Maytiemklang, & Wongwichit, 2019) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suwannahong (2019) ที่ได้ทำการศึกษาสมรรถนะหลักของบุคลากรสายสนับสนุน เพื่อศึกษาระดับ และเปรียบเทียบสมรรถนะหลักของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ทำให้ทราบถึงระดับของสมรรถนะหลักของบุคลากรสายสนับสนุน และสามารถนำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะหลัก เสนอแก่มหาวิทยาลัย เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาสมรรถนะหลักของบุคลากรสายสนับสนุนต่อไป โดยจะเห็นได้ว่า สมรรถนะของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัย จึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนามหาวิทยาลัยให้มีความพร้อมในการปรับตัวด้านความรู้ และทักษะภายใต้สถานการณ์ที่ผันผวน และพร้อมขับเคลื่อนแผนกลยุทธ์ และบรรลุวิสัยทัศน์เพื่อมุ่งสร้าง และรักษาให้มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นสม่ำเสมอ และมุ่งปฏิบัติงานสู่เป้าหมาย โดยการพัฒนาสมรรถนะตามตำแหน่งงานสำหรับบุคลากรสายสนับสนุน เพื่อให้ได้มาตรฐานทั้งความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพตามบริบทของมหาวิทยาลัย (Chiang Mai University Personnel Division, 2023)

จากความสำคัญดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการศึกษา การจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ เนื่องจากผลการวิเคราะห์ศักยภาพ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ (SWOT Analysis) มีจุดอ่อน คือ จำนวนบุคลากรสายสนับสนุนที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะตำแหน่งน้อยระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ ยังไม่สมบูรณ์ ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพน้อย ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายร้อยละของบุคลากรสายสนับสนุนที่เข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น จากปี พ.ศ. 2560 – 2564 มีเพียง 4 ราย (Princess of Naradhiwas, n.d.) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเชิงโครงสร้างในการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการเลื่อนตำแหน่ง รวมถึงการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนา “สมรรถนะหลัก” ซึ่งเป็นรากศัพท์ที่มนุษย์ให้ความสนใจนับตั้งแต่ศตวรรษที่ 1970 กล่าวได้ว่าเป็นลักษณะของบุคคลที่ปฏิบัติงานในสายงาน และตำแหน่งเดียวกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบผลงานแล้ว ผลลัพธ์ที่ได้แตกต่างกัน โดยสามารถสรุปได้ว่า บุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานที่ดีจะมีสมรรถนะที่อยู่ภายในตัวเฉพาะบุคคล ซึ่งสามารถส่งเสริมให้บุคคลนั้น สร้างผลงานที่ดี บรรลุตามเป้าประสงค์ขององค์กร (McClelland, 1973) สอดคล้องกับ David and William (2004) ที่เน้นถึงประเด็นสมรรถนะหลักที่ทุกคนควรมี และควรนำมาใช้อย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ ลักษณะนิสัยส่วนบุคคล แรงจูงใจทางสังคม ตลอดจนรูปแบบความคิดและวิธีการคิด Suwannahong (2019) รวมถึง คุณลักษณะภายในของบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ และความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่กำหนด ทั้งด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skill) ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) Maytiemklang and Wongwichit (2019) โดยผู้วิจัยได้นำสมรรถนะหลัก 5 ด้านของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) มาใช้ในการวิจัย โดยสามารถจำแนกสมรรถนะหลักได้ดังนี้ 1) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) เป็นความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้ดีหรือให้เกินมาตรฐาน 2) ด้านบริการที่ดี (Service Mind) เป็นความตั้งใจของพนักงานในการให้บริการ 3) ด้านการส่งมอบความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ (Expertise) เป็นความตั้งใจใฝ่เรียนรู้ และพัฒนาความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เชิงวิชาการและเทคโนโลยี ประยุกต์กับการปฏิบัติงาน 4) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (Integrity) เป็นการประพฤติตนอย่างถูกต้องเหมาะสมตามกฎหมาย และคุณธรรม จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ 5) ด้านการทำงานเป็นทีม (Teamwork) เป็นความตั้งใจในการทำงานร่วมกับผู้อื่นด้วยความเป็นส่วนหนึ่งของทีม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในทีม (Office of the Civil Service Commission, 2010) และด้วยความสำคัญของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัย จึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาสมรรถนะหลักอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อยกระดับศักยภาพในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามพันธกิจขององค์กร อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างขีดความสามารถในการขับเคลื่อนภารกิจของมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ ให้บรรลุวิสัยทัศน์ภายใต้บริบทอันท้าทายของพื้นที่พิเศษได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากประเด็นปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ ในสังคมพหุวัฒนธรรมที่ประกอบไปด้วย 3 มหาวิทยาลัยของรัฐ ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ 2) มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และ 3) มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ทั้งนี้เพื่อเพิ่ม “ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน” ทั้งรูปแบบการทำงาน วิธีการหรือกระบวนการใดๆ ก็ตามที่มีจุดประสงค์เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของพนักงานสายสนับสนุนอย่างเต็มศักยภาพ ผ่านกระบวนการที่มีแบบแผน เพื่อให้ปริมาณการใช้ทรัพยากรมีปริมาณน้อยที่สุด แต่กลับก่อให้เกิดประโยชน์ได้มากที่สุด (Arsasuk, Chotiwanich, & Suntramethakul, 2023) อันประกอบด้วยปัจจัยสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 4 ด้าน ดังนี้ 1) คุณภาพ คือการทำงานที่มีคุณภาพตรงตามเป้าหมายและมาตรฐานขององค์กร โดยมีการเรียนรู้และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อคุณภาพของงาน สามารถตรวจสอบคุณภาพของงานตามตัวชี้วัด และนำมากำหนดแนวทางมาตรฐานสำหรับการดำเนินงานในลักษณะเดียวกันได้และมีการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้เป็นที่ยอมรับต่อหน่วยงานภายนอก 2) ปริมาณงาน คือการทำงานที่มีผลลัพธ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักขององค์กร โดยการวางแผนและจัดลำดับความสำคัญของงาน มีการกำหนดเป้าหมายปริมาณงานที่ เหมาะสมทำให้สามารถทำงานได้บรรลุผลสำเร็จเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐาน 3) เวลา คือการทำงานที่มีความรวดเร็วถูกต้อง ครบถ้วน และมีความเรียบร้อยโดยสามารถบริหารจัดการเวลาได้อย่างเต็มที่และคุ้มค่าไม่ยืดหยุ่นหรือเร่งรีบจนเกินไป และสามารถทำงานนอกเวลาเพื่อให้งานสำเร็จตามกำหนด และเป็นไปตามมาตรฐาน และ 4) ค่าใช้จ่าย คือการใช้ทรัพยากรในการทำงานอย่างคุ้มค่าเหมาะสมกับลักษณะงาน มีแนวทาง หรือแผนการทำงานในการจัดสรรทรัพยากร ซึ่งสามารถที่จะช่วยลดทรัพยากร และใช้งบประมาณให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร (Sarika, 2023) ซึ่งหากพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลต่อความเข้มแข็งเชิงโครงสร้างขององค์กร และยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงาน เนื่องจากเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการพัฒนาศักยภาพที่แฝงอยู่ใน

ตัวบุคคลให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามพันธกิจขององค์กร หากพนักงานตระหนักรู้เกี่ยวกับสมรรถนะหลัก (Core Competency) จะสามารถพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินระดับสมรรถนะหลัก และระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้
3. เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการสมรรถนะหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) ประกอบด้วยวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินระดับสมรรถนะหลัก และระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ และศึกษาสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้

ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการสัมภาษณ์ บุคลากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) 3 มหาวิทยาลัยของรัฐ ได้แก่ 1) บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ 2) บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และ 3) บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์มหาวิทยาลัยละ 3 คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้นจำนวน 9 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และทำการเสนอรูปแบบการจัดการสมรรถนะหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้การดำเนินการวิจัยนำไปสู่คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในครั้งนี้ คือ พนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ จำนวนทั้งสิ้น 893 คน ประกอบด้วยพนักงานมหาวิทยาลัย 3 มหาวิทยาลัย ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ จำนวน 367 คน 2) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี จำนวน 359 คน และ 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จำนวน 167 คน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กำหนดโดยใช้แนวทางของ Green (1991) ซึ่งแนะนำว่า สำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีอย่างน้อย $N > 50 + 8m$ โดยที่ N คือขนาดตัวอย่าง และ m คือจำนวนตัวแปรอิสระในโมเดลถดถอยพหุคูณ จากการศึกษา มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 5 ตัวแปร ดังนั้น ค่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่แนะนำคือ $N > 50 + (8 \times 5) = 90$ ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 331 คน มากกว่าค่าขั้นต่ำที่กำหนดตามหลักเกณฑ์ ดังกล่าว ทำให้สามารถรองรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้อย่างเหมาะสม ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มากพอช่วย ย่างที่มากพอช่วย เพิ่มความแม่นยำของการวิเคราะห์ทางสถิติ ลดโอกาสเกิดข้อผิดพลาดประเภทที่ 2 (Type II Error)

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มตัวอย่างได้แก่บุคลากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) มหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ประกอบด้วยบุคลากร มหาวิทยาลัยละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ในแบบสอบถามรูปแบบกระดาษ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ (check list) จำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะหลัก จำนวน 50 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จำนวน 40 ข้อ และ ส่วนที่ 4 มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะตามความเห็น โดยส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ผู้วิจัยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของระดับคะแนนดังนี้ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) ถึงน้อยที่สุด (1) และใช้สูตรคำนวณดังนี้ (Phansamrong, 2021)

$$\text{อันตรภาคชั้นของความกว้าง} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 8$$

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21 – 5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41 – 4.20	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61 – 3.40	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81 – 2.60	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.80	หมายถึง	อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในระหว่าง 0.6 ถึง 1 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) และนำไปทดลอง (Tryout) กับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน ผลการตรวจสอบสรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) อยู่ที่ 0.98 ถือได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพ มีความเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยได้ และการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ของพนักงานสายสนับสนุน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสมรรถนะหลัก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 การจัดการสมรรถนะหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ และ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติมในการจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยผลการตรวจสอบสรุปค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามเชิงคุณภาพ แต่ละด้านเป็นรายชื่อของแบบสอบถามทั้งหมด เท่ากับ 1

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจัดทำหนังสือแนะนำตัวและหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามไปยังมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี และเก็บแบบสอบถามตามที่กำหนดในกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือสูงสุดในการวิจัย และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 9 คน โดยการสัมภาษณ์เป็นเวลา 1 – 2 ชั่วโมง ต่อ 1 คน ด้วยตัวเอง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามแล้ว การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) สถิติรูปแบบพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ระดับสมรรถนะหลัก และระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) สถิติรูปแบบอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับสมรรถนะหลัก ระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Equation) ระหว่างองค์ประกอบสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (X1) ด้านบริการที่ดี (X2) ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ (X3) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (X4) และด้านการทำงานเป็นทีม (X5) กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Y) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัย ของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ รวมถึงการวิเคราะห์ความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยการทดสอบจากค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ต้องมีค่าที่ไม่เข้าใกล้หรือเกิน 10 จึงจะสามารถทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ และ 3) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยบันทึกข้อความที่สัมภาษณ์ลงในแบบสัมภาษณ์ และทำความเข้าใจเนื้อหาทั้งหมด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ออกมาแยกแยะ จัดหมวดหมู่ ลงรหัสข้อมูล (Coding) และจัดประเภทของข้อมูล (Identify Units) เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาเป็นประเด็นย่อย (Categories) จากนั้นนำประเด็นและข้อมูลที่ได้ตรวจสอบความถูกต้อง (Verify) ร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำมาเขียนสรุปรายงานการวิจัย เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการสมรรถนะหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ระดับสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้

1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับสมรรถนะหลัก พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.41) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.46) รองลงมา คือ ด้านการทำงานเป็นทีม ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.49) รองลงมา ด้านบริการที่ดี ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.50) รองลงมา ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.50) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.58) เห็นได้วาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะหลัก อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่า ประเด็นพนักงานยึดมั่นในหลักการและจรรยาบรรณของวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และประเด็นพนักงานติดตามความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงในสายอาชีพ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสมรรถนะหลัก 5 ด้าน ของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสาม จังหวัดชายแดนใต้

สมรรถนะหลัก 5 ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับสมรรถนะ
ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์	4.20	0.50	มาก
ด้านบริการที่ดี	4.31	0.50	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ	4.12	0.58	มาก
ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม	4.50	0.46	มากที่สุด
ด้านการทำงานเป็นทีม	4.42	0.49	มากที่สุด
ผลรวมระดับสมรรถนะหลัก 5 ด้าน	4.31	0.41	มากที่สุด

1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.43) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพงาน ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.49) และด้านเวลาในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.48) รองลงมา ด้านปริมาณงาน ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.51) และน้อยที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.46) เห็นได้ว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่า ประเด็นพนักงานปฏิบัติงานได้ครบถ้วนตามปริมาณงานที่ได้รับมอบหมาย และใส่ใจในรายละเอียดของงานที่ปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และประเด็น พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้หลายอย่างในเวลาเดียวกัน และผลการปฏิบัติงานมีข้อบกพร่องน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 4 ด้าน ของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 4 ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับประสิทธิภาพ
ด้านปริมาณงาน	4.21	0.51	มากที่สุด
ด้านคุณภาพงาน	4.23	0.49	มากที่สุด
ด้านเวลาในการปฏิบัติงาน	4.23	0.48	มากที่สุด
ด้านค่าใช้จ่าย	4.18	0.46	มาก
ผลรวมระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 4 ด้าน	4.21	0.43	มากที่สุด

2. ผลการตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) เพื่อทดสอบสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้

โดยการทดสอบจากค่า Tolerance และ VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรต้น ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านบริการที่ดี ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม และด้านการทำงานเป็นทีม โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของ Hair, Anderson, Babin, & Black (2010) ที่กำหนดให้ไว้ว่าค่าของ Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องมีค่าที่ไม่เข้าใกล้หรือเกิน 10 ได้ผลการวิเคราะห์โดย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่า Tolerance และ VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรต้น

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์	0.48	2.09
ด้านบริการที่ดี	0.53	1.88
ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ	0.56	1.80
ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม	0.38	2.65
ด้านการทำงานเป็นทีม	0.37	2.72

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

3.1 จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.74$) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ($R^2 = 0.54$) แสดงว่าสมรรถนะหลักสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 54 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta = 0.74) ซึ่งมีค่าเป็นบวก สะท้อนให้เห็นว่า สมรรถนะหลักของพนักงานสายสนับสนุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กล่าวคือ เมื่อระดับสมรรถนะหลักเพิ่มขึ้นส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยภาพรวม

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.85	0.17		4.96	0.00
สมรรถนะหลัก	0.78	0.04	0.74	19.80	0.00*

$R = 0.74$, $R^2 = 0.54$, Adjusted R Square = 0.54, $F = 392.18$, Sig = 0.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 องค์ประกอบด้านสมรรถนะหลักสามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ร้อยละ 51 ($R^2 = 0.51$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการทำงานเป็นทีม มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มากที่สุด (Beta = 0.44) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Beta = 0.19) และด้านบริการที่ดี (Beta = 0.18) ในขณะที่ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (Beta = 0.07) และด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ (Beta = 0.04) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของการจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.78	0.17		4.62	0.00*
ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์	0.16	0.04	0.19	3.68	0.00*
ด้านบริการที่ดี	0.15	0.04	0.18	3.57	0.00*
ด้านการสร้างความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ	0.03	0.04	0.04	0.75	0.46
ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม	0.07	0.05	0.07	1.22	0.23
ด้านการทำงานเป็นทีม	0.39	0.05	0.44	7.47	0.00*

R = 0.71, R² = 0.51, Adjusted R Square = 0.50, F = 91.70, Sig = 0.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การวิเคราะห์จากการศึกษาเรื่อง การจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินระดับสมรรถนะหลัก และระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้

ผลการศึกษา ระดับสมรรถนะหลัก และระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ ผู้วิจัยได้ทำการจำแนก ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษา ระดับสมรรถนะหลักของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ สามารถจำแนกสมรรถนะหลักออกเป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, S.D.= 0.50) โดยมีการทุ่มเทความพยายามในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ การวางแผนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ และมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานมีการทุ่มเทและความพยายามในการปฏิบัติงาน สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการทุ่มเทความพยายามเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ มีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยพนักงานสามารถวางแผนและจัดลำดับความสำคัญของงานได้ดี พนักงานมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร และมีการกำหนดเป้าหมายในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน อย่างไรก็ตามยังมีประเด็นที่ต้องพัฒนา คือ การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง และการพัฒนาวิธีการใหม่ๆ ในการทำงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thipmoon, Subruangthong, and Prasopsak (2022) ที่พบว่า พนักงานเทศบาลในจังหวัดลพบุรีมีสมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน และการมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Voradhamavathi, Ngamsni, and Suklueang (2023) ที่พบว่าบุคลากรที่ทำการปกครองในจังหวัดปทุมธานีมีสมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องและมุ่งมั่นในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

2) ด้านบริการที่ดี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.50) โดยพบว่าพนักงานให้บริการอย่างโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ มีการให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม เป็นมิตร และมีความอดทนในการให้บริการแม้ในสถานการณ์ที่ยากลำบาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพนักงานมีความตระหนักในสำคัญของการให้บริการที่มีคุณภาพ มีการทำงานอย่างโปร่งใส และมีจิตบริการที่ดี สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการให้บริการอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ การให้บริการด้วยความสุภาพ และความอดทนในการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ต้องพัฒนาคือ การมีความคิดริเริ่มในการนำเสนอบริการใหม่ ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Maytiemklang and Wongwichit (2019) พบว่าพนักงานมหาวิทยาลัยมีสมรรถนะด้านการบริการที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมหาวิทยาลัยกระตุ้นให้พนักงานมีพฤติกรรมที่เต็มใจให้บริการให้ เป็นรูปธรรม บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี และสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ รวมถึงให้ปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการได้รับประโยชน์สูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Arsasuk, Chotiwanich, and Suntramethakul (2023) ได้ศึกษาปัจจัยสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 พบว่า ด้านการบริการที่ดี อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดได้จัดทำเอกสารคู่มือสำหรับประชาชนและเจ้าหน้าที่ เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ เอกสารดังกล่าวประกอบด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งหลักเกณฑ์ ขั้นตอนการดำเนินงาน และเงื่อนไขต่างๆ นอกจากนี้ บุคลากรยังแสดงให้เห็นถึงความทุ่มเทและความกระตือรือร้นในการให้บริการ ไม่เพียงเฉพาะงานในความรับผิดชอบโดยตรง แต่ยังรวมถึงงานที่เกี่ยวข้องซึ่งอยู่ในขอบเขตความสามารถของตน

3) ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D.= 0.58) โดยพนักงานมีการวางแผนพัฒนาตนเองเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ มีการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และสามารถนำทักษะความรู้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพนักงานให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเอง สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการวางแผนพัฒนาตนเองเพื่อความก้าวหน้า การแสวงหาความรู้ใหม่ และการประยุกต์ใช้ความรู้ในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ต้องพัฒนาคือ การติดตามความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงในสายอาชีพ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pengthaisong and lamratanakul (2019) การวิเคราะห์สมรรถนะหลักและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายวิชาการ หน่วยงานภาครัฐโดยวิธีการวิเคราะห์การล้อมกรอบข้อมูล พบว่าระดับสมรรถนะหลักด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sempoon (2020) ได้ศึกษาถึงสมรรถนะหลักที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามรูปแบบมาตรฐานการปฏิบัติ (SOP) ภายใต้ New Normal: กรณีศึกษาข้าราชการตำรวจตรวจคนเข้าเมืองกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 2 พบว่า สมรรถนะหลักด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เนื่องจากข้าราชการส่วนใหญ่ มีความรู้ความเชี่ยวชาญ สามารถนำในความรู้ต่างๆ รวมถึงนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาปรับใช้กับการทำงานได้ดีเป็นอย่างดีและมีการพัฒนา ทบทวนความรู้ในสายงานอย่างต่อเนื่อง

4) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.46) โดยพนักงานยึดมั่นในหลักการและจรรยาบรรณของวิชาชีพ ปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพนักงานตระหนักถึงความสำคัญของจริยธรรมในการปฏิบัติงาน สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการยึดมั่นในหลักการและจรรยาบรรณ ปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเท่าเทียม และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ต้องพัฒนาคือ การกล้าแสดงความคิดเห็นเมื่อพบเห็นการกระทำที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phitakkeeree (2022) ที่ได้วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ของการรับรู้วัฒนธรรมองค์การ บรรยากาศองค์การ และสมรรถนะในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของกำลังพลหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สมรรถนะหลักด้านจริยธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากมีความเคารพและปฏิบัติต่อผู้บังคับบัญชาและประพฤตินเป็นแบบอย่างที่ดี รวมทั้งมีส่วนร่วมในกิจกรรมการส่งเสริมคุณธรรม และจริยธรรม อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maytiemklang and Wongwichit (2019) ได้ทำการศึกษา สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา สายสนับสนุน

มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ พบว่า สมรรถนะหลักด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน เนื่องจาก พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ เพื่อรักษาภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร

5) ด้านการทำงานเป็นทีม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D.= 0.49) โดยพนักงานมีการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในทีมอย่างตั้งใจ ให้ความร่วมมือและสนับสนุนเพื่อนร่วมทีม และแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อทีม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกัน สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการรับฟังความคิดเห็น การให้ความร่วมมือกับทีม และการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ต้องพัฒนาคือ การแสดงบทบาทผู้นำและผู้ตามภายในทีม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Arsasuk, Chotiwanich, and Suntramethakul (2023) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากรสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 พบว่า สมรรถนะหลักด้านการทำงานเป็นทีม อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของ Maytiemklang and Wongwichit (2019) ซึ่งศึกษาถึงสมรรถนะหลักที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา สายสนับสนุน มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ พบว่า สมรรถนะหลักด้านการทำงานเป็นทีมมีความสำคัญสูงสุดเช่นเดียวกัน เนื่องจากพนักงานให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกันอย่างมีความตั้งใจ โดยการเสริมสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกันในทีม ซึ่งช่วยพัฒนาและส่งเสริมค่านิยมของการทำงานเป็นทีมภายในองค์กร ส่งผลให้การทำภารกิจต่างๆ ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ ยังมีการเปิดรับความคิดเห็นจากผู้อื่น และยอมรับข้อติของของเพื่อนเพื่อให้งานสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษา ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ สามารถจำแนกประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ออกเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ด้านปริมาณงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D.= 0.51) โดยพนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ครบถ้วนตามปริมาณที่ได้รับมอบหมาย มีการจัดลำดับความสำคัญของงานที่มีประสิทธิภาพ และมีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานมีความสามารถในการบริหารจัดการงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการปฏิบัติงานได้ครบถ้วนตามปริมาณที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงมีทักษะในการจัดลำดับความสำคัญของงานเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ปริมาณมากขึ้น และมีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ควรพัฒนาคือ ความสามารถในการปฏิบัติงานได้หลายอย่างในเวลาเดียวกัน และความสามารถในการรับมือกับงานเร่งด่วนโดยไม่กระทบงานประจำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phitakkeeree (2022) ที่พบว่าการจัดลำดับความสำคัญของปริมาณงานเพื่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน และตอบสนองต่อเป้าหมายองค์กร และมีการวางแผน บริหารจัดการปริมาณงานตรงตามแผนงานขององค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด

2) ด้านคุณภาพงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D.= 0.49) โดยพนักงานมีความใส่ใจในรายละเอียดของงานที่ปฏิบัติ มีการพัฒนาความรู้และทักษะเพื่อยกระดับคุณภาพการปฏิบัติงาน และสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพนักงานมีความพึงพอใจและใส่ใจในการปฏิบัติงาน สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการใส่ใจในรายละเอียดของงาน รองลงมาคือการพัฒนาความรู้และทักษะเพื่อยกระดับคุณภาพในการปฏิบัติงาน และความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังพบว่าพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาและข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพของการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ควรพัฒนาคือ ความถูกต้อง แม่นยำ และความน่าเชื่อถือของผลงาน และการนำเสนอแนวคิดหรือวิธีการใหม่ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพของงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Emerson (1992) ที่กล่าวว่า คุณภาพของงานแต่ละกระบวนการ ทุกคนต้องปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด ผ่านการใส่ใจในรายละเอียดงาน ผลงานนั้นต้องประณีตเรียบร้อย และมีคุณภาพมากที่สุด

3) ด้านเวลาในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.48) โดยพนักงานมีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีการใช้เวลาในการปฏิบัติงานได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ และสามารถปฏิบัติงานเร่งด่วนให้เสร็จได้ตามกำหนดเวลา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานมีทักษะในการบริหารจัดการเวลาที่ดี สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบเพื่อให้สำเร็จทันต่อเวลา รองลงมาคือการใช้เวลาในการปฏิบัติงานได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ และสามารถปฏิบัติงานเร่งด่วนให้เสร็จได้ตามกำหนดเวลา นอกจากนี้ยังพบว่าพนักงานมีการวางแผนการทำงานล่วงหน้า และสามารถปรับตัวและแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาแม้เกิดการเปลี่ยนแปลงกำหนดการ อย่างไรก็ตามยังมีประเด็นที่ควรพัฒนาคือ ความสามารถในการปฏิบัติงานให้สำเร็จภายในเวลาที่กำหนด และความพึงพอใจต่อเวลาในการทำงานและปริมาณงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับ แนวคิดทฤษฎีของ (Peterson, & Plowman, 1989) กล่าวไว้ว่า เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องเหมาะสมกับงาน และพัฒนางานให้ทันตามเวลา โดยเวลาที่กำหนดไว้จะต้องมีความเหมาะสมกับงาน รวมถึงผลงานที่ออกมานั้นต้องแล้วเสร็จทันตามเวลาที่กำหนดไว้ และถูกต้องตามหลักวิชาการ

4) ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.46) โดยพนักงานมีการวางแผน กำหนดเป้าหมายและวิธีปฏิบัติงาน ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จลุล่วงด้วยความคุ้มค่าและประหยัดทรัพยากร และใช้วัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานอย่างถูกวิธี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานมีการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ สะท้อนจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการวางแผน กำหนดเป้าหมายและวิธีปฏิบัติงานก่อนเริ่มปฏิบัติงาน รองลงมาคือการใช้วัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จลุล่วงด้วยความคุ้มค่า และการใช้วัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานอย่างถูกวิธี นอกจากนี้ยังพบว่าพนักงานได้รับการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะอย่างเหมาะสม และมีการช่วยลดความซ้ำซ้อนของงานเพื่อประหยัดทรัพยากร อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ควรพัฒนาคือ การมีข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด และการนำทรัพยากรที่ใช้แล้วมาปรับปรุง และพัฒนาให้เกิดประโยชน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Arsasuk, Chotiwanich, and Suntramethakul (2023) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้

เห็นได้ว่าองค์ประกอบด้านสมรรถนะหลักสามารถรวมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ร้อยละ 51 ($R^2 = 0.51$) จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.44$) รองลงมาด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ($\beta = 0.19$) และด้านบริการที่ดี มีอิทธิพลในลำดับที่สาม ($\beta = 0.18$) ในขณะที่ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม ($\beta = 0.07$) และด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ($\beta = 0.04$) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1) ด้านการทำงานเป็นทีม พบว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.44$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Maneenart (2023) ได้ทำ การศึกษา สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในสังกัดกระทรวงแรงงาน ประจำจังหวัดอ่างทอง โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ด้านการทำงานเป็นทีม ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pannak (2022) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการตำรวจภูธรภาค 9 ซึ่งพบว่า ด้านการทำงานเป็นทีมมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของข้าราชการตำรวจภูธรภาค 9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ พบว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.19$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Termtain and Loetyingyot (2022) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์มี

อิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา Prachuamoh, Khasasin, Tippratum, Pojsupap and Klubsakul (2566) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ พบว่า มีผลกระทบต่อการประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ด้านบริการที่ดี พบว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.18$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kitpaiboonthawee (2023) ที่ศึกษาการส่งเสริมประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนคณะวิทยาศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตภูเก็ต โดยพบว่าพฤติกรรมการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนส่วนใหญ่ปฏิบัติหน้าที่โดยมุ่งเน้นผู้รับบริการและมีความตั้งใจให้บริการ เช่น การหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานเพื่อให้การบริการตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานของ Mitparean (2019) ซึ่งศึกษาปัจจัยสมรรถนะหลักที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่ประเมินราคาทรัพย์สิน กรมธนารักษ์ พบว่า สมรรถนะด้านการบริการที่ดีมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนของด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม ($\beta = 0.07$) รวมถึงด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ($\beta = 0.04$) ที่ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญนั้น พบความแตกต่างจากงานวิจัยของ Maytiemklang and Wongwichit (2019) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ พบว่าทั้งการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพและการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมจริยธรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยการจัดการสมรรถนะหลักเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างและบริบทของมหาวิทยาลัยจะมีความคล้ายคลึงกัน แต่ผลการศึกษากลับไม่สอดคล้องกัน ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างในบริบทการปฏิบัติงานและความต้องการเฉพาะขององค์กรในแต่ละพื้นที่ ทำให้สมรรถนะแต่ละด้านมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในลักษณะที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการสมรรถนะหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้

สืบเนื่องจากการสัมภาษณ์ จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 9 คน ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้ ผู้วิจัยจึงเสนอ รูปแบบการจัดการสมรรถนะหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยของรัฐสามจังหวัดชายแดนใต้ ดังต่อไปนี้

1) รูปแบบการจัดการด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) การประยุกต์ใช้แนวคิด SMART Goals ในการกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและวัดผลได้ การพัฒนาระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) เพื่อถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์การนำเสนอแนวคิด Work-Life Integration แทน Work-Life Balance เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการทำงานสมัยใหม่ การใช้ระบบการประเมิน 360 องศา เพื่อสร้างระบบการประเมินที่รอบด้านและเป็นธรรม

2) รูปแบบการจัดการด้านการให้บริการที่ดี (Service Mind) การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับระบบการให้บริการ การพัฒนาทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อรองรับความหลากหลายในพื้นที่ การสร้างระบบการประเมินคุณภาพการให้บริการที่เป็นรูปธรรม และการพัฒนาระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

3) รูปแบบการจัดการด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ (Expertise) การจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ที่เน้นการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และชุมชนแห่งการเรียนรู้ การสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาความเชี่ยวชาญ

4) รูปแบบการจัดการด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (Integrity) การพัฒนาระบบธรรมาภิบาลที่เน้นความโปร่งใสและตรวจสอบได้ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมจริยธรรมและความซื่อสัตย์ การพัฒนาระบบการประเมินที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านจริยธรรมกับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5) รูปแบบการจัดการด้านการทำงานเป็นทีม (Teamwork) การพัฒนาโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานข้ามสายงาน การสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่เน้นการยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม การพัฒนาระบบการประเมินผลการการทำงานที่ครอบคลุมทั้งระดับบุคคลและทีม และการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการทำงานร่วมกันในรูปแบบดิจิทัล

อีกทั้งจะเห็นได้ว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสมรรถนะหลักในหลากหลายบริบท และสอดคล้องกันในหลายประเด็น จากการศึกษาของ Pengthaisong and lamratanakul (2019) ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงสมรรถนะหลักสำหรับบุคลากรสายวิชาการในหน่วยงานภาครัฐ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สำหรับล้อมกรอบข้อมูล (Data Envelopment Analysis: DEA) ซึ่งเสนอให้มีการเพิ่มปัจจัยผลผลิตสำหรับบุคลากรที่มีผลตอบแทนต่อขนาดลดลง และเพิ่มปัจจัยนำเข้าสำหรับบุคลากรที่มีผลตอบแทนต่อขนาดเพิ่มขึ้น ในมิติของการบริหารงานภาครัฐ Sempoon (2020) ได้ศึกษาสมรรถนะหลักที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามรูปแบบมาตรฐานการปฏิบัติ (SOP) ภายใต้ New Normal จากผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับหัวหน้างาน พบว่า สมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ถือเป็นวิสัยทัศน์หลักขององค์กร ขณะที่การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพและการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในขณะเดียวกัน การทำงานเป็นทีมและการบริการที่ดียกม่อว่่าเป็นปัจจัยเสริมที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในการพัฒนาวิชาชีพเฉพาะ ต่อมา Nitisorn, Maneekool, and Jirayus (2022) ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะสำหรับพนักงานสายงานบัญชี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้และทักษะทางวิชาชีพให้ทันสมัยควบคู่กับการรักษารจรรยาบรรณในการทำงาน เพื่อความยั่งยืนขององค์กรและวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phitakkeeree (2022) ที่พบว่า การเสริมแรงทางบวกและการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วมสามารถส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่ดีได้นอกจากนี้ ในการศึกษาของ Tavalala and Sripatta (2023) พบว่าความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีความสำคัญสูงสุด ซึ่งเสนอให้มีการส่งเสริมการใช้นวัตกรรม การจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพ และการนิเทศติดตามประเมินผลเพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาสมรรถนะหลัก มหาวิทยาลัยควรจัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะหลักแบบบูรณาการ โดยเฉพาะการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม การมุ่งผลสัมฤทธิ์ และการบริการที่ดี ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ควรมีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างทีมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน พร้อมทั้งกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน
2. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ เนื่องจากด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มหาวิทยาลัยควรจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ที่สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของพนักงาน พร้อมทั้งสนับสนุนการฝึกอบรม การศึกษาต่อ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน
3. ข้อเสนอแนะด้านการบริหารค่าใช้จ่ายซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดควรพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน จัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะหลักในบริบทของสถาบัน การศึกษาในพื้นที่พิเศษ และศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงาน (Functional Competency) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในแต่ละสายงาน

2. ข้อเสนอแนะด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ควรพัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงกับสมรรถนะหลัก และนำผลการประเมินมาใช้ในการวางแผนพัฒนาบุคลากรและการบริหารค่าตอบแทนอย่างเป็นระบบ

3. ควรพัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) หรือตัวแบบสมการโครงสร้าง เป็นเทคนิคทางสถิติขั้นสูงที่ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรหลายตัวในรูปแบบของโมเดลเชิงสาเหตุ เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของสมรรถนะหลักที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

บรรณานุกรม

- Arsasuk, C., Chotiwanich, P., & Suntramethakul, A. (2023). Competency Elements Influencing Personnel Working Performance at Provincial Cultural Office Locating in the Lower Northeastern Region II. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 18(2), 55-82. Retrieved March 14, 2024, from <http://www.Bba.ubru.ac.th/files/researchfiles/attachment-1710754347.pdf>
- Chiang Mai University Personnel Division. (2023). *Human Resource Management and Development Plan, Chiang Mai University, Fiscal Year 2024-2025*. Retrieved March 12, 2024, from <https://hr.oop.cmu.ac.th/menu/hrpolicy/view-TkRjeA-Y0c5c2FXTjU>
- David, D. D., & William, J. R. (2004). *Competency-Based Human Resource Management*. California: Davies-Black Publishing.
- Emerson, H. (1992). *The Twelve Principles of Efficiency*. New York: The Engineering Magazine.
- Green, S. B. (1991). How Many Subjects Does It Take to Do a Regression Analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499–510. Retrieved April 4, 2025, from https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327906mbr2603_7
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Human Resource and Organization Management Training and Consulting Institute. (2023). *Conflict Management*. Retrieved March 10, 2024, from <https://shorturl.asia/VdDGi>
- Kitpaiboonthawee, P. (2023). Enhancing the Work Efficiency of Supporting Staff of the Faculty of International Studies, Prince of Songkla University, Phuket Campus. *Journal of International Studies Prince of Songkla University*, 13(2), 26 – 38. Retrieved March 12, 2024, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/article/view/267431>
- Maneenart, T. (2023). Core Competencies Affecting Performance Efficiency of Officials under the Ministry of Labor of Ang Thong Province. *Journal of Research and Academics*, 6(1), 255-266. Retrieved March 15, 2024, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jra/article/view/257281>
- Maytiemklang, S., & Wongwichit, N. (2019). The Core Competencies on Efficiency Performance of Employees in the Higher Education Institute (Supporting Staff) of Kalasin University. *Praewa Kalasin Academic Journal Kalasin University*, 6(2), 290-314. Retrieved March 12, 2024, from https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Praewa-ksu_Journal/article/view/212085
- McClelland, D. C. (1973). Testing for Competence Rather Than for "Intelligence". *American Psychologist*, 28(1), 1-14.

- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (n.d.). *History of Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation*. Retrieved March 10, 2024, from <https://www.mhesi.go.th/index.php/aboutus/history.html>
- Mitparean, N. (2019). *Core Competency Factors Related to the Performance Efficiency of the Property Valuers in the Treasury Department* (Master's thesis). Srinakharinwirot University. Retrieved March 17, 2024, from <https://ir-ithesis.swu.ac.th/items/c5d60d25-9f06-412c-b0b8-1c4e06a9f9d9/full>
- Nitisorn, S., Maneekul, C., & Jirayus, P. (2022). Professional Accounting Competency Factors Affecting Operational Efficiency: A Case Study of Accounting Employees Provincial Electricity Authority Area 3 (Central) Nakhon Pathom Province. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 8(7), 123-136. Retrieved March 18, 2024, from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/article/view/254349?articlesBySameAuthorPage=2>
- Office of the Civil Service Commission. (2010). *Manual for Civil Servant Development Based on Core Competencies*. March 10, 2024, from <https://shorturl.asia/Obvy0>
- Office of the Secretary of the National Strategy Committee. (2018). *National strategy 2018-2037*. Retrieved March 10, 2024, from https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf
- Office of the National Security Council. (2023). *National Preparedness Plan and Crisis Management Plan (2023-2027)*. Retrieved March 10, 2024, from https://www.nsc.go.th/wp-content/uploads/2023/02NPCM_Plan2023_2027.pdf
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Education. (2023). *Action Plan for Personnel Development of the Office of the Permanent Secretary for Education, Fiscal Year 2023*. Retrieved March 10, 2024, from <https://shorturl.asia/vnyMs>
- Pannak, U. (2022). *Factors Affecting Work Efficiency of Provincial Police Region 9* (Master's thesis). Prince of Songkla University. Retrieved March 17, 2024, from <https://kb.psu.ac.th/server/api/core/bitstreams/6974442d-6ef8-482b-8c37-c6fe7d2f4353/content>
- Pannarai, T. (2022). *Factors Affecting Work Efficiency of Employees in Songkhla Provincial Administrative Organization* (Master's thesis). Songkla University. Retrieved March 11, 2024, from <https://shorturl.asia/aEliG>
- Peterson, E., & Plowman, E. G. (1989). *Business Organization and Management* (3rd ed.). Homewood, IL: Richard D. Irwin
- Pengthaisong, S., & Iamratanakul, S. (2019). An Analysis of Core Competency and Performance Efficiency of Academic Personnel of Government Agencies by Data Envelopment Analysis. *Journal of Interdisciplinary Research*, 8(2), 134-143. Retrieved March 16, 2024, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JIRGS/article/view/243845/165023>
- Pannarai, T. (2022). *Factors Affecting Work Efficiency of Employees in Songkhla Provincial Administrative Organization* (Master's thesis). Songkla University. Retrieved March 11, 2024, from <https://shorturl.asia/aEliG>
- Phansamrong, P. (2021). *Personnel Participation in the Department of Land Development Operations Based on Public Sector Management Quality Award Principle* (Master's thesis). Sukhothai Thammathirat Open University. Retrieved March 13, 2024, from <https://ir.stou.ac.th/handle/123456789/9161>

- Phitakkeeree, S. (2022). *The Relationship Model of Organizational Culture Recognition, Workplace Environment and Working Competency Affecting the Duty Performance of the Personnel at Army Air Defense Command (AADC)* (Master's thesis). Rangsit University. Retrieved March 15, 2024, from <https://shorturl.asia/zKY1H>
- Prachumoh, A., Khasasin R., Tippratum, C., Pojsupap, T., & Klubsakul, O. (2023). A Study of Satisfaction, Motivation and Efficiency of Civil Servants, Employees in Nongprue Subdistrict Administrative Organization, Bangplee District, Samutprakan Province. *Journal of Management and Local Innovation*, 5(5), 324-338. Retrieved March 17, 2024, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jmli/article/view/263395/178292>
- Princess of Naradhiwas. (n.d.). *Results of Princess of Naradhiwas University Potential Analysis (SWOT Analysis)*. Retrieved April 3, 2025, from <https://www.pnu.ac.th/wp-content/uploads/2022/01/62-64.pdf>
- Puey Ungphakorn Institute for Economic Research. (2021). *Thai Socio-economic Structure: Vulnerability*. Retrieved March 10, 2024, from <https://www.pier.or.th/briefs/2021/01/>
- Saengming, S. (2020). *Development of Essential Competencies for Personnel in the Vocational Education Policy and Planning Bureau, Office of the Vocational Education Commission* (Master's thesis). Ramkhamhaeng University. Bangkok.
- Sarika, T. (2023). *Factors Affecting the Efficiency in Performance of Finance and Fiscal Officers of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi* (Research report). Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. Retrieved from <https://research.rmutsb.ac.th/fullpaper/2566/research.rmutsb-99-20230531105625944.pdf>
- Sempoon, P. (2020). *The Impact of Core Competency on Work Efficiency under the New Normal Standard Operating Procedures (SOP): A Case Study of Thai Immigration Police, Immigration Division 2* (Master's thesis). Chulalongkorn University. Retrieved March 17, 2024, from <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=8544&context=chulaetd>
- Suekhamron, A. (2022). Development of Good Management Performance of the Organization in Accordance with Iddhipadadhamma Principles. *Journal of Interdisciplinary Innovation Review*, 5(2), 199-209. Retrieved March 12, 2024, from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jidir/article/view/258699>
- Suksirisombat, K., Hareebin, Y., Vaivong, B., & Ariyaphonpanya, R. (2023). Guidelines for Human Resource Development and Adaptation in the New Normal Affecting on the Performance of a Hotel Employee in Phuket. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 19(2), 78-98. Retrieved March 12, 2024, from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pkrujo/article/view/262051/180812>
- Sukphon, N., & Mumpho, S. (2022). Human Resource Competency Development Strategy for Becoming the Social Bank. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science*, 8(2), 77-90. Retrieved March 13, 2024, from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/260141>
- Suwanahong, W. (2019). *Performance of Support Personnel Rajabhat Mahasarakham University* (Research report). Rajabhat Mahasarakham University, Thailand. Retrieved from <https://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2562/M126923/Suwanahong%20Wanatsanan.pdf>

- Tavala, S., & Sripatta, T. (2023). The Guidelines Needs Assessment for Competency Achievement, Development of School Administrators in the Digital Age Under the Office of Tak Primary Educational Service Area 1. *DRIRDI Research for Community Service Journal*, 9(1), 63–81. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/DRURDI/article/view/260776>
- Termtain, N. & Loetyingyot, S. (2020). Core Competencies Affecting the Work Performance Effectiveness of the Local Government Organization Officers in Lamplaimat District, Buriram Province. *Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University*, 1(2), 27-44. Retrieved March 17, 2024, from <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru/article/view/996/901>
- Thipmoon, S., Subruangthong, W., & Prasopsak, W. K. (2022). A Study of Relationship between Core Competencies and Performance Efficiency of Municipal Employees in Lopburi Province. *Journal of Philosophical Vision*, 27(2), 124-139. Retrieved March 15, 2024, from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/phiv/article/view/258783/176355>
- Tikkhapanyo, P. (2019). Higher Education Institutions for the Development of People in Thailand 4.0 as the Wisdom of the Country. *MCU Haripunchai Review*, 3(1), 98–114. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JMHR/article/view/190895>
- Voradhamavathi, P., Ngamsnit, S., & Suklueang, K. (2023). Buddha-Dhamma Integration for Administrative Official's Work Performance Efficiency Enhancement in Patumthanee Province. *Journal of Buddhist Innovation and Management*, 6(5), 131-143. Retrieved March 16, 2024, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/bim/article/view/259660/179339>

Received:	10-10-2024
Revised:	16-12-2024
Accepted:	03-01-2025

การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อ
สุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี
Community Welfare Development from the Needs and Potential of Community
Enterprises: A Case Study of the Muslim Women's Health Massage Group, Patabudi
Village, Laem Pho Subdistrict, Yaring District, Pattani Province

วนภัทร์ แสงแก้ว^{*.1}

Wanapat Sangkaew

wanapat.s@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” เป็นงานวิจัยแบบผสานวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี โดยกลุ่มเป้าหมายคือสตรีมุสลิม จำนวน 20 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลหลายวิธี ได้แก่ การศึกษาเอกสาร สนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การบันทึกภาคสนาม การอภิปรายกลุ่ม และแบบประเมิน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดย สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการตีความ

ผลการศึกษวิจัย พบว่า 1) กลุ่มสตรีมุสลิมมีศักยภาพและมีความต้องการในการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจการอย่างเป็นทางการ โดยได้ดำเนินการจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพบ้านปาตาบูดี 2) การหนุนเสริมบูรณาการจากภาคีเครือข่ายภาคส่วนต่างๆ ให้เกิดการพัฒนาความยั่งยืนวิสาหกิจชุมชน 3) ความต่อเนื่องของการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดการพัฒนาให้มีสวัสดิการกลุ่มและเป็นสวัสดิการชุมชนที่ยั่งยืนได้จริงและยังสอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมในพื้นที่ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ ควรเพิ่มสมาชิกกลุ่มเพื่อให้สามารถสร้างอาชีพกระจายรายได้และรองรับผู้มาใช้บริการที่เป็นเพศชายได้ด้วยทั้งนี้การดำเนินการต่างๆ ควรเป็นแบบบูรณาการภาคีเครือข่าย ทั้งจากภาครัฐในการสนับสนุน ทั้งงบประมาณ กิจกรรม และองค์ความรู้ และภาคเอกชนเพื่อให้สตรีมุสลิมสามารถต่อยอดให้มีความรู้ และสามารถปฏิบัติงานได้จริงเพื่อสร้างงานให้เกิดการกระจายรายได้

คำสำคัญ: สวัสดิการชุมชน, วิสาหกิจชุมชน, ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

* Corresponding Author

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University, Pattani campus

Abstract

The study on “Community Welfare from the Needs and Potential of Community Enterprises: A Case Study of the Muslim Women's Health Massage Group, Patabudi Village, Laem Pho Subdistrict, Yaring District, Pattani Province” was a mixed-method research. The objective was to study the creation of community welfare from the needs and potential of community enterprises, massage groups for the health of Muslim women. Patabudi Village Laem Pho Subdistrict, Yaring District, Pattani Province. The target group consisted of 20 Muslim women, selected through purposive sampling. Data collection was done in several ways, including document study, focus group discussion, in-depth interview, observation, field notes, focus group discussion, and questionnaire. Quantitative data were analyzed using percentage, mean. Qualitative data were analyzed using content analysis and interpretation.

The research findings revealed that 1) the group of Muslim women had the potential and desire to organize themselves for formal business activities and successfully registered as the Patabudi Health Massage Community Enterprise Group; 2) integrated support from various sectoral network partners facilitated the sustainable development of the community enterprise; and 3) the continuity and efficiency of the community enterprise's operations enabled the establishment of group welfare and sustainable community benefits, while aligning with the local cultural context. The study recommends expanding the group membership to create more employment opportunities, distribute income more widely, and accommodate male service users. Furthermore, all activities should be conducted through an integrated partnership network, including government support in terms of funding, activities, and knowledge, as well as private sector involvement, to enable Muslim women to enhance their skills and practically implement their work, thereby generating employment and promoting income distribution.

Keywords: Community welfare, Community enterprise, Potential of Community Enterprises

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บทความวิจัยนี้ส่วนหนึ่งจากงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม บ้าน ปาตาดูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” ในโครงการ มอ.ชุมชนเข้มแข็ง ปีงบประมาณ 2561 ซึ่งได้ดำเนินการศึกษาในหัวข้อ “โครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเรื่อง ต้นแบบการพัฒนาอาชีพสตรีมุสลิม: กรณีศึกษาก่อนบ้านปาตาดูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” โดยผลลัพธ์สุดท้ายที่คาดหวังไว้ของโครงการวิจัย คือ กลุ่มสตรีมุสลิมมีอาชีพ มีรายได้ สามารถดำรงชีวิตได้ สิ่งที่มีความน่าสนใจจากผลการศึกษาคือ ผู้เข้าร่วมที่เป็นกลุ่มสตรีมุสลิมได้ผ่านการอบรมฝึกอาชีพจากวิทยากร ซึ่งในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการจะมีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับหลักศาสนาและบริบททางวัฒนธรรมคือ ต้องมีการจัดฝึกอบรมในพื้นที่ ผู้ฝึกอบรม/วิทยากรต้องเป็นสตรี นับถือศาสนาอิสลาม สามารถสื่อสารภาษามลายูได้ ทั้งนี้เนื่องจากจะมีส่วนช่วยในเรื่องความเข้าใจในการสื่อสารถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการสอนในทักษะการนวดจะมีการสัมผัสร่างกาย ดังนั้นการที่ผู้สอนเป็นสตรีและนับถือศาสนาอิสลาม จะมีความเข้าใจในข้อจำกัดภายใต้เงื่อนไขขอบเขตที่จะสามารถปฏิบัติได้ โดยไม่ผิดหลักตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ดังที่ Ummunurin (1996, pp.25-32) กล่าวว่า การสัมผัสเพศตรงข้ามที่ไม่เป็นที่อนุมัติในอิสลามนั้น เป็นการถูกเนื้อต้องตัวของบุคคลที่ไม่ใช่สามีภรรยา ในศาสนาอิสลามห้ามถูกเนื้อต้องตัวกันแม้ว่าจะเป็นคู่รักหรือคู่หมั้นกันก็ตาม เพราะจะนำไปสู่การผิดประเวณีในที่สุด ผลลัพธ์จากการฝึกอบรมครั้งนั้นทำให้กลุ่มสตรีมุสลิมผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรนวดเพื่อสุขภาพ ได้รับใบประกาศนียบัตรสามารถนำไปต่อยอดในการประกอบอาชีพได้ จากความสำเร็จในครั้งนั้นทำให้กลุ่มสตรีมุสลิมเล็งเห็นความสำคัญของการประกอบอาชีพและการมีรายได้ทำให้กลุ่มสตรีมุสลิมต้องการพัฒนาให้กลุ่มมีความมั่นคงและมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้นและต้องการส่งเสริมให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่

จะสร้างให้เกิดรายได้กับคนในชุมชน โดยใช้ทรัพยากรในชุมชนและหลักการบริหารจัดการทรัพยากรร่วม ที่ทำให้ชุมชนอยู่ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

จากผลลัพธ์ที่เกิดจากการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนทำให้กลุ่มสตรีมุสลิมที่ต้องการให้มีอาชีพ มีรายได้ โดยวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวคิดที่เกิดจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อเน้นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนให้มีอาชีพและรายได้สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาก่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ ภูมิปัญญา และการสืบสานทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี โดยนำเอาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ Santikul (2020) ได้กล่าวเกี่ยวกับแนวคิดของ Rawls (1999) ที่เชื่อว่าสังคมจะสามารถแก้ปัญหาความไม่เท่าเทียมตามธรรมชาติได้ จะต้องเอื้อผลประโยชน์ขึ้นพื้นฐานต่อผู้ที่เสียเปรียบทางด้านเศรษฐกิจในสังคม ซึ่งรัฐมีหน้าที่สร้างระบบสวัสดิการให้เป็นสิทธิสวัสดิการสังคมให้ทุกคน เพื่อให้ทุกคนมีโอกาสหรือมีสถานะทางสังคมอย่างเท่าเทียม ดังนั้นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนหรือความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคมและชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่นการจัดสวัสดิการชุมชน ทำให้คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง

ข้อค้นพบที่ได้จากการมีอาชีพและรายได้ของกลุ่มสตรีมุสลิมแล้ว ยังเห็นถึงการใช้ศักยภาพและความต้องการของคนในชุมชนในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนจากทรัพยากรชุมชนในกระบวนการผลิตทั้งทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีในชุมชนอย่างสมดุลและไม่ทำให้เกิดการขาดแคลนทรัพยากรหรือความขัดแย้งในการแย่งชิงทรัพยากรในชุมชน ในทางกลับกันยังก่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมที่ทุกคนในชุมชนเป็นเจ้าของธุรกิจร่วมกัน ร่วมกันสร้าง ร่วมกันพัฒนา และร่วมกันรับผลประโยชน์และกลายเป็นการสร้างสวัสดิการชุมชนที่มาจากวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากรากฐานเดิมของสังคมไทย-มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมของสังคมชนบท ซึ่งอาจไม่แตกต่างมากนักกับการเกิดสวัสดิการชุมชนเมืองและที่มาจากความต้องการพื้นฐานของสมาชิกในชุมชน Keeratinawanun and Rattanachuy (2019, pp.1253-1268) พบว่าการสร้างสวัสดิการชุมชนเมืองของชุมชนเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สามารถสร้างออกมาได้เป็นรูปแบบเชิงประจักษ์ เกิดจากรากฐานการเป็นชุมชนเข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มชุมชนเมืองที่อยู่ร่วมกันมาอย่างยาวนานหรือมีประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์บางประการร่วมกัน จนสามารถรวมกลุ่มสมาชิกในชุมชนสร้างให้เกิดความเข้มแข็งของคนเมือง จนนำไปสู่ความสามารถในการสร้างให้เกิดสวัสดิการชุมชนเมืองเพื่อรองรับวิถีการดำรงชีวิตของสมาชิกในชุมชนให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงไปของสังคมเมือง โดยเฉพาะบริบทการพัฒนาหนนครที่รวดเร็ว ดังนั้นความสอดคล้องกันของสวัสดิการชุมชนคือการมีวัฒนธรรมอยู่ร่วมกันแบบช่วยเหลือเกื้อกูล มีศาสนาและหลักความเชื่อประวัติศาสตร์ร่วมกันเป็นสิ่งยึดโยงคนในชุมชนเข้าด้วยกัน หลอมรวมให้เกิดภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นระบบสวัสดิการชุมชนแบบธรรมชาติจะเห็นได้จากการประกอบอาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชนที่พึ่งพิงธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นคนในชุมชนและผู้นำชุมชนจึงมีอิทธิพลและเป็นส่วนสำคัญต่อการจัดสวัสดิการจากรากฐานทุนในด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชน เช่น การจัดสวัสดิการจากรากฐานกลุ่มออมทรัพย์ องค์กรการเงินต่างๆ วิสาหกิจชุมชน ความเชื่อทางศาสนา การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Ramanandana (2021) การจัดการสวัสดิการชุมชนด้วยวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มร้านค้าชุมชน กองทุนบ้านใหม่ชุมชนบ้านใหม่สมานฉันท์5 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอบางบาล จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การจัดสวัสดิการชุมชนเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายและสามารถบริหารจัดการในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

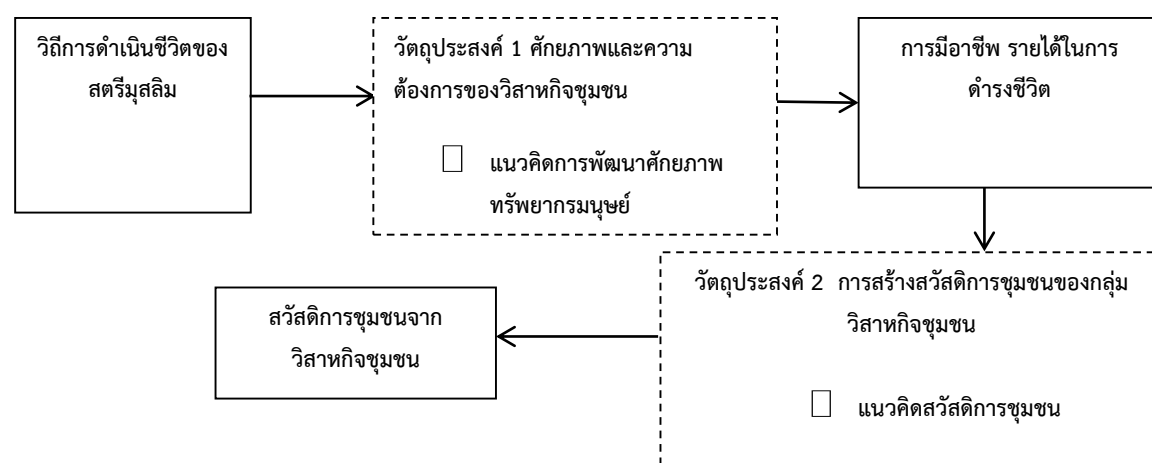
จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนเล็งเห็นถึงประเด็นสำคัญของผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม บ้านปาดาบุดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” ต่อประเด็นเรื่องของสวัสดิการชุมชน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะบ่งชี้ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิมที่มาจากการพัฒนาศักยภาพและความต้องการของคนในชุมชน ผู้เขียนจึงนำประเด็นสวัสดิการชุมชนจากผลการศึกษาขยายผลเป็นบทความวิจัยเรื่อง “การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาดาบุดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” เพื่อถ่ายทอดให้เห็นถึงความสวยงามการฝึกกำลังของคนในชุมชนในการใช้

ทรัพยากรในชุมชนไปสู่การจัดสวัสดิการในชุมชนบนฐานคิดของการจัดสวัสดิการชุมชนและการสังคมสงเคราะห์ในการแก้ไขปัญหาปากท้องของคนในชุมชนให้เกิดสวัสดิภาพทางเศรษฐกิจ ผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนาและบริบททางวัฒนธรรมที่หล่อเลี้ยงคนในชุมชนที่มากกว่าตัว “เงิน” ทำให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีรายได้แต่ยังสร้างความเข้มแข็งในชุมชนด้วยการรวมกลุ่มอย่างเป็นระบบที่มีการบริหารจัดการที่มีแบบแผนและมีประสิทธิภาพที่เป็นระบบการสร้างความมั่นคงของชีวิตเพื่อความอยู่ดีมีสุขของคนในชุมชนท้องถิ่น และสังคม มุ่งฟื้นฟูชุมชนท้องถิ่นให้มีการอยู่ร่วมกันด้วยความเอื้ออาทร พึ่งพาอาศัย และช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติและคนกับวัฒนธรรม ตามหลักศาสนาและภูมิปัญญาของคนในชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและความต้องการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาการสร้างสวัสดิการชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” เป็นการศึกษาวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสานวิธี โดยดำเนินการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) แบบเจาะจงคือสตรีมุสลิม จำนวน 20 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง การเก็บข้อมูลด้วยหลายวิธี ได้แก่ การศึกษาเอกสาร สนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก (Interview Guideline) และการสังเกต หลังจากนั้น มีการสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อคิดและทำร่วมกันของแกนนำชุมชน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มสตรีมุสลิมและทีมผู้วิจัย และท้ายที่สุดมีการทำแบบประเมินผลเพื่อติดตามหลังจากการฝึกอบรมต่างๆ ให้กับกลุ่มสตรีมุสลิม เพื่อให้ได้รูปแบบวิสาหกิจชุมชนสตรีมุสลิมที่สอดคล้องกับชุมชนมุสลิมในหมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” คือผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นสตรีมุสลิมสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 20 คน และผู้ให้ข้อมูลรองคือ 1.นายกองค์การบริหารส่วนตำบล 2.ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล 3.ผู้ใหญ่บ้าน 4. สมาชิกในชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ใช้เครื่องมือทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมทั้งการวิจัยเชิงเอกสาร ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แนวทางหนึ่ง โดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา รวมไปถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาใช้ในการกระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้ในทางวิชาการเกี่ยวกับงานวิจัย การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิจัย ได้ใช้วิธีวิจัยเชิงผสมวิธี (Mix Method Research) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1) เชิงปริมาณ แบบประเมินศักยภาพและความต้องการอาชีพสตรีมุสลิม จำนวน 20 คน ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ความพร้อมและต้องการในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ตอนที่ 3 การนำความรู้ไปใช้ ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการนวดและทำน้ำมันลึงกาสะและการทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการศึกษาดูงาน ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

2) เชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สตรีมุสลิมสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 20 คน ส่วนการสนทนากลุ่ม (Focus group) ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มสตรีมุสลิมและผู้วิจัย การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) และการบันทึกภาคสนาม (Field note) นั้นทำร่วมกัน การสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เป็นแบบที่ไม่มีรูปแบบข้อคำถามที่ตายตัว หรือกระบวนการวิธีการสัมภาษณ์ที่มีลักษณะกึ่งโครงสร้าง (Unstructured or unstandardized interview) กล่าวคือ เป็นการกระบวนการวิธีสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามอย่างชัดเจน เพียงแต่มีการกำหนดลักษณะของข้อคำถามที่มีลักษณะเปิดกว้างมีความยืดหยุ่นเนื่องจากข้อจำกัดด้านภาษาถิ่นในการสื่อสารของผู้ให้ข้อมูลจึงอาจสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมได้ตลอดเวลา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเชิงเนื้อหา เป็นการตรวจสอบเครื่องมือว่ามีความเป็นตัวแทน หรือครอบคลุมเนื้อหาหรือไม่ โดยพิจารณาจากตารางวิเคราะห์เนื้อหา หรือตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหากับจุดประสงค์ที่กำหนด จากผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมสงเคราะห์และสวัสดิการสังคม จำนวน 3 คน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) และผู้วิจัยนำผลจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่ได้ประเมินมาทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องก่อนการเก็บข้อมูลภาคสนาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่น่ามาใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ผู้ได้กำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 ประเภท คือ ข้อมูลเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจแบบสำรวจศักยภาพและความต้องการในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม รวมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูล จากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการในการเก็บ และรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลวิจัยจังหวัดชายแดนใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รวมทั้ง แหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์ที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในระดับหัตถวิภูมิ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรก คือ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มสตรีมุสลิมและข้อมูลความต้องการของกลุ่มสตรีมุสลิมโดยสถิติพรรณนา การหาค่าร้อยละ จากข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์เนื้อหา

(Content Analysis) และการตีความ (Interpretation) เพื่อรวบรวมและสรุปความต้องการและประเมินศักยภาพ ส่วนที่สอง คือ การวิเคราะห์สถิติการชุมชนจากวิสาหกิจชุมชน โดยการตีความข้อมูล เพื่อนำมาเชื่อมโยงสร้างเป็นข้อสรุปตอบตามวัตถุประสงค์ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการตีความ (Interpretation) เพื่อรวบรวมและสรุปการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเกิดสวัสดิการชุมชน

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์การวิจัยเรื่อง

“การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” Community welfare development from the needs and potential of community enterprises: A case study of the Muslim women's health massage group, Patabudi Village, Laem Pho Subdistrict, Yaring District, Pattani Province. ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งจากงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ psu.pn.2-033/62 Certificate of Approval The Research Ethics Committee for Humanities, Social Sciences and Education Prince of Songkla University, Pattani Campus ตั้งแต่วันที่ 24 สิงหาคม 2562 – 23 สิงหาคม 2563

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยแบ่งประเด็นค้นพบเป็น 4 ประเด็นคือ

1. ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม

ตารางที่ 1 ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม

ข้อมูลทั่วไปของสตรีมุสลิม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
21 – 30 ปี	2	10
31 – 40 ปี	3	15
41 – 50 ปี	8	40
51 ปีขึ้นไป	7	35
2. สถานภาพ		
สมรส	16	80
หย่าร้าง	1	5
หม้าย	3	15
3. รายได้/เดือน		
1,000 - 2,000 บาท	11	55
2,001 - 3,000 บาท	0	0
3,001 - 4,000 บาท	1	5
4,001 - 5,000 บาท	4	20
5,001 บาทขึ้นไป	4	20

ข้อมูลทั่วไปของสตรีมุสลิม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
2	1	5
3	3	15
4	3	15
5	4	20
6	3	15
7	3	15
10	2	10
12	1	5
รวม	20	100

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม พบว่า กลุ่มสตรีมุสลิมมีอายุเฉลี่ยส่วนใหญ่ระหว่าง 40 – 50 ปีขึ้นไป มีสถานภาพสมรสเป็นส่วนใหญ่ และมีรายได้ส่วนใหญ่เฉลี่ยต่อเดือน 1,000 - 2,000 บาท รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 3,001 - 5,000 บาท ขึ้นไป และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 2 คนไปจนถึง 12 คน

2. ข้อมูลความต้องการในการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 2 ความต้องการในการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ของการรวมกลุ่มสตรีมุสลิมมุสลิม		
ประกอบอาชีพ	14	70
สร้างรายได้เสริม	4	20
สร้างความสามัคคีในชุมชน	2	10
2. ความต้องการของกลุ่มสตรีมุสลิมมุสลิมในการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน		
นวดเพื่อสุขภาพ	20	100
การเลี้ยงปลา	0	0
การแปรรูปอาหาร	0	0
เย็บเสื้อผ้า	0	0
3. ความรู้ที่ต้องการได้รับการฝึกอบรมวิสาหกิจชุมชน		
ฝึกปฏิบัติ	12	60
การตลาด	2	10
การเพิ่มมูลค่าผลผลิต	0	0
เทคนิคการประกอบอาชีพ	4	20
การเขียนโครงการ	2	10

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. สถานที่เรียน/การฝึกอบรมวิสาหกิจชุมชน		
ในชุมชน	0	0
มหาวิทยาลัย	0	0
สถานที่ใกล้เคียง	6	30
อบต.แหลมโพธิ์	14	70
รวม	20	100

ข้อมูลความต้องการของกลุ่มสตรีมุสลิมในการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า มีความต้องการรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพมากที่สุด โดยอาชีพที่กลุ่มสตรีมุสลิมต้องการ คือ การนวดเพื่อสุขภาพ และต้องการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติมากที่สุด สถานที่ฝึกอบรม คือ องค์การบริหารส่วนตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

3. ศักยภาพและความต้องการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม

ก่อนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ เป็นหมู่บ้านที่มีสตรีว่างงานเป็นจำนวนมาก และไม่มีความรู้ทำให้ไม่สามารถประกอบอาชีพได้ โดยหมู่บ้านปาตาบูดี มีผู้สูงอายุ และเด็กเล็กเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้สูงอายุในพื้นที่มีอาการเจ็บป่วย หรือไม่สบาย ไม่สามารถไปกายภาพบำบัดได้ ด้วยตนเอง และมีอาการปวดแขน ขา เมื่อยตัวบ่อยๆ ทุกเดิมของพื้นที่สตรีมุสลิมเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาต้นแบบอาชีพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี ในปีแรก (ม.อ.ชุมชนเข้มแข็งปี 2561) จำนวน 20 คน ผลการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ พบว่า สตรีมุสลิมสามารถเข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการนวดเพื่อสุขภาพ 150 ชั่วโมง สอบผ่านทั้งทฤษฎีและปฏิบัติครบทุกคนทำให้ได้รับใบประกาศนียบัตรสำหรับประกอบอาชีพการนวดเพื่อสุขภาพได้ สตรีมุสลิมจำนวนหนึ่งสามารถนำไปประกอบอาชีพประจำ ทำให้มีรายได้ สตรีมุสลิมอีกส่วนหนึ่งนำไปช่วยเหลือสมาชิกในครอบครัวในเรื่องของสุขภาพ อาทิ การทำหัตถาบำบัดอาการบาดเจ็บ การนวดเพื่อช่วยลดอาการปวด เมื่อย และทำให้เกิดความผ่อนคลายได้ มีการร่วมมือกับพันธมิตรและในรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) จนสามารถจัดตั้งกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิมรวมกลุ่มจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน รหัสทะเบียน 5-94-09-18/1-0030 ชื่อกลุ่ม “วิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพบ้านปาตาบูดี” ได้สำเร็จ และสามารถประกอบอาชีพในพื้นที่ ทำให้มีรายได้เข้าสู่ชุมชน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพบ้านปาตาบูดี ที่ประกอบอาชีพบนพื้นฐานของหลักศาสนาอิสลาม ผลลัพธ์ คือ สมาชิกมีรายได้ เกิดการกระจายรายได้ให้กับชุมชน เกิดความสามัคคีของคนในชุมชน สังเกตได้จากการประชาสัมพันธ์ให้มาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพของกลุ่มฯ และหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่ม และหน่วยงานเอกชน คือ รีสอร์ทในพื้นที่ มีการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าที่มาพักที่รีสอร์ทเกี่ยวกับการเปิดให้บริการนวดเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และความต้องการของกลุ่มสตรีมุสลิมในการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนการนวดเพื่อสุขภาพ ที่ต้องการประกอบอาชีพและมีรายได้มากที่สุด รองลงมาเพื่อสร้างรายได้เสริม และเพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน โดยอาชีพที่กลุ่มสตรีมุสลิมต้องการ คือ การนวดเพื่อสุขภาพ จากผลการศึกษาพบว่า สตรีมุสลิมมีความรู้และความสามารถในการนวดเพื่อสุขภาพเบื้องต้น ประกอบกับสอบผ่านความรู้เชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ได้รับประกาศนียบัตรจากสมาคมแพทย์แผนไทย ทำให้ทุกคนมีความมั่นใจ และต้องการนำความรู้ไปประกอบอาชีพ ดังนี้

“...พวกเรากลุ่มสตรีมุสลิม จำนวน 20 คน ที่เข้าร่วมโครงการวิจัยกับ ม.อ. ในปี 2561 และได้เข้าร่วมฝึกอบรม “การนวดเพื่อสุขภาพ 150 ชั่วโมง” แล้วทุกคนก็สอบผ่านทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ตอนนั้นในกลุ่ม มีหนึ่งคนที่ได้ไปประกอบอาชีพการนวดเพื่อสุขภาพ ที่ประเทศมาเลเซีย และส่วนที่เหลือก็มีคนจ้างให้ไปนวดที่บ้าน หรือนวดที่รีสอร์ท เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่ ทำให้มีรายได้เข้าเรื่อยๆ...” สนทนากลุ่มวันที่ 23 ก.ค. 62 ณ อบต.แหลมโพธิ์

“...พวกเรากลุ่มสตรีมุสลิมดีใจมากที่ทางโครงการวิจัย ม.อ. ได้เข้าในปีนี้อีกครั้งนะ เพราะเราเองก็ตั้งใจที่จะรวมกลุ่มอย่างจริงจัง...” สทนากลุ่มวันที่ 23 ก.ค. 62 ณ อบต.แหลมโพธิ์

นอกจากนี้กลุ่มสตรีมุสลิมหมวดเพื่อสุขภาพมีการรวมกลุ่มกันอย่างเป็นทางการ มีสถานที่ชัดเจน จะช่วยลดปัญหาการว่างงาน ทำให้เกิดการมีงานทำ สตรีมุสลิมมีอาชีพ มีรายได้ที่ชัดเจน และสามารถเลี้ยงดูตนเอง ช่วยเหลือครอบครัวได้ อีกทั้งยังเป็นการรวมกลุ่มเพื่อทำอาชีพนี้เป็นกลุ่มแรกๆในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีการสนทนากลุ่ม ข้อมูลเพิ่มเติมดังนี้

“...แน่นอนครับ สิ่งที่เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ คือ สุขภาพที่ดีขึ้นของคนในชุมชนและนอกพื้นที่ที่เข้ามาใช้บริการการนวด เพื่อสุขภาพกับกลุ่มสตรีมุสลิม สิ่งต่อมาที่สังเกตเห็นชัด คือ ลดปัญหาการว่างงาน กลุ่มสตรีมุสลิมมีงานทำ มีรายได้ สามารถแบ่งเบาค่าใช้จ่ายในครัวเรือนได้ สามารถทำงานในพื้นที่ได้ไม่ต้องออกไปทำงานไกล...” เจ้าของรีสอร์ท สทนากลุ่มวันที่ 23 ก.ค. 62 ณ อบต.แหลมโพธิ์

“...เกิดการรวมกลุ่ม เป็นกลุ่มที่ทำงานด้านการบริการการนวดเพื่อสุขภาพ ถือว่า เป็นกลุ่มแรกเลยที่มีการรวมกลุ่มในลักษณะนี้ ดินะที่มีการรวมกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพ เพราะจะทำให้ทุกคนหันมาให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น และทำให้เกิดการพบปะกันของคนในชุมชน ได้พูดคุยกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในเรื่องของการนวดเพื่อสุขภาพ...” กลุ่มสตรีมุสลิม สทนากลุ่มวันที่ 23 ก.ค. 62 ณ อบต.แหลมโพธิ์

ความต้องการประกอบอาชีพและมีรายได้ของกลุ่มสตรีมุสลิมยังมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับหลักปฏิบัติทางศาสนา โดยพบว่า กลุ่มสตรีมุสลิมมุสลิมต้องการให้ผู้นำศาสนาในชุมชนส่งเสริม หรือสนับสนุน อยากให้เข้ามาบอกกล่าว หรือ ให้ข้อเสนอแนะ และช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มด้วย เนื่องจากกลุ่มฯ เพิ่งเริ่ม อยากได้คำแนะนำ ดิฉัน และพยายามปรับเพื่อให้ถูกต้องทั้งหลักทฤษฎี การปฏิบัติ เรื่องการนวด และเรื่องหลักศาสนา โดยมีการสนทนากลุ่ม ข้อมูลเพิ่มเติมดังนี้

“...พวกเราอยากให้ผู้นำศาสนาในชุมชนของเรา มีส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนในส่วนของการให้ประชาสัมพันธ์ กลุ่ม ให้ข้อเสนอแนะในการทำงานด้านนี้ให้มีความถูกต้องตามหลักศาสนา...” กลุ่มสตรีมุสลิม สทนากลุ่มวันที่ 23 ก.ค. 62 ณ อบต.แหลมโพธิ์

4. การสร้างสวัสดิการชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การจัดตั้งเป็นกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพตามความเห็นของผู้นำศาสนาและผู้นำชุมชน ยังให้การสนับสนุนให้มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากสามารถช่วยเพิ่มพูนรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในพื้นที่ ทำให้คนในพื้นที่ไม่ต้องไปหาอาชีพในต่างถิ่น อีกทั้งยังเป็นการแก้ปัญหาการออกไปหางานทำในต่างถิ่นของคนในพื้นที่ดังนี้

“...ผมเห็นว่าโครงการวิจัยนี้ เป็นโครงการที่ดีสำหรับคนที่นี่ เพราะคนในพื้นที่ที่หมิ่นกว่าคนจะประกอบอาชีพประมงส่วนใหญ่ ซึ่งในระยะหลังๆ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางทะเลค่อยๆ เสื่อมลง และเป็นเหตุให้รายได้จากการประกอบอาชีพประมงไม่พอจ่ายต่อการดำรงชีพ เป็นเหตุให้คนในพื้นที่เป็นจำนวนมากต้องออกไปหางานนอกพื้นที่ ถ้าคนที่นี่มีอาชีพที่นี่ที่ให้อายุได้ดี แน่แน่นอนผู้คนก็ไม่อยากออกจากพื้นที่ของตน แต่วันนี้ที่ผู้คนต้องออกไปหางานที่อื่นเพราะไม่มีงานในพื้นที่ให้พวกเขาทำ ถึงจะมีงานเดิมที่พวกเขาเคยทำแต่รายได้ไม่พอต่อการใช้จ่ายในการดำรงชีพในแต่ละวัน...” อิหม่าม สัมภาษณ์ วันที่ 29 ก.ค. 62 ณ อบต.แหลมโพธิ์

“...ผมว่ากลุ่มสตรีมุสลิมมุสลิมกลุ่มนี้มีความพร้อมในการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนนะ ผมว่าเค้าพร้อมทั้งกาย ใจ ทักษะนะ พวกเค้าสอบผ่าน และเริ่มหารายได้จากการนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งจากส่วนตัว และไปนวดตามที่ต่างๆ แล้วแต่การรับจ้าง ทำให้พวกเค้ามีประสบการณ์มากขึ้นเยอะนะ อีกทั้งการไปนวดเพื่อสุขภาพของพวกเค้า เป็นการช่วยเหลือสมาชิกในครอบครัวก่อน ดูแลคนเจ็บ คนป่วยในบ้านก่อน ทำให้สอดคล้องกับหลักศาสนานะ ว่าให้ดูแลสามี บุตร ธิดา และสมาชิกในครอบครัวก่อน แล้วจึงทำงาน หารายได้เพิ่มเติมเพื่อช่วยเหลือครอบครัวทางด้านการหารายได้นะ...” ผู้ใหญ่บ้าน สัมภาษณ์ วันที่ 29 ก.ค. 62 ณ ที่ทำการผู้ใหญ่บ้าน

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนทำให้เห็นถึงการเกิดสวัสดิการชุมชนที่มาจากวิสาหกิจชุมชน โดยวิทยากรและกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิมร่วมกันทำ “แบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน” ซึ่งเป็นขั้นตอนและเงื่อนไขสำหรับการรวมกลุ่มที่ต้องการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม คือ ผ่านการประเมินศักยภาพ ระดับดี โดยสำนักงานเกษตรอำเภอยะหริ่ง ได้อนุมัติการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม ในชื่อกลุ่ม “วิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพบ้านปาตาบูดี” รหัสทะเบียน 5-94-09-18/1-0030 อีกทั้งผลจากการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนทำให้เห็นจุดเด่นที่มาจากศักยภาพของกลุ่มหลายด้าน อาทิ 1.) สมาชิกในกลุ่มมีความสามัคคี มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันอยู่ด้วยกันเป็นครอบครัว 2.) สมาชิกในกลุ่มมีอาชีพที่หลากหลายและมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ได้แก่ อาชีพหมอนวด ช่างทำผม งานจักสาน มีความรู้สมุนไพร การทำขนม เป็นต้น เมื่อมีการรวมกลุ่มกันเกิดขึ้นก็มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และมีการสอนเพื่อน ๆ ในกลุ่ม ตามความถนัดของแต่ละคน เพื่อต่อยอดต่อไปในอาชีพอื่นๆ 3.) สมาชิกในกลุ่มมีการพัฒนาศักยภาพของตนเอง คือ มีการเรียนนวดเฉพาะด้าน ได้แก่ การนวดสปา การนวดฝ่าเท้าและเทคนิคการนวด การนวดแผนไทยและเทคนิคการนวดเพื่อสุขภาพ 4.) ทางกลุ่มเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มพัฒนาศักยภาพของตนเองในการทำงานด้านบริการนวดในการทำงานบริการนวดในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศเกาหลี จีน เนื่องจากทางกลุ่มถือว่าเป็นโอกาสที่ดีที่สมาชิกของกลุ่มได้ไปทำงานต่างประเทศเพราะทำให้ได้รับองค์ความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับการบริการนวดเพื่อพัฒนากลุ่มของตนเอง

ตารางที่ 3 การประเมินและสรุปผลการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

ขั้นตอนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	ตัวแปรที่ใช้	ประเมินผล	สรุป
1. การกำหนดโครงการ/กิจกรรม	การรวมกลุ่ม (สร้างการเรียนรู้ให้คนในชุมชน)	แบบสอบถาม-พึงพอใจมาก	การให้ความรู้ โดยการฝึกอบรม/อบรมเชิงปฏิบัติการต่างๆ อาทิ วิสาหกิจชุมชน, ศึกษาดูงานการตลาด การทำผลิตภัณฑ์, การนวด ลังกาสูกะ เป็นต้น ทำให้กลุ่มสตรีมุสลิมมีความรู้เข้าใจอย่างถูกต้อง และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริงสอดคล้องหลักศาสนาอิสลาม
2. การนำโครงการ/กิจกรรมไปปฏิบัติ	-การจัดการตลาด (สร้างความโดดเด่นให้กับสินค้า/บริการ) -การบริหารจัดการองค์กร(พัฒนาและประยุกต์ใช้)	แบบสอบถาม-พึงพอใจมาก	การทดลอง โดยกลุ่มสตรีมุสลิมได้นำองค์ความรู้ที่มีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และมีการถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน ทำให้ทราบหลักการตลาด เข้าใจในเรื่องสินค้าและบริการ สร้างกฎ ระเบียบ และมีการวางแผนในการเรียนรู้เพิ่มเติม อาทิ การนวดลังกาสุกะ การทำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร
3. การประเมินผล	การจัดการองค์ความรู้(ให้การศึกษา)	แบบสอบถาม-พึงพอใจมาก	หลังจากดำเนินการเปิดศูนย์วิสาหกิจชุมชน มีการดำเนินกิจการต่อเนื่อง ปรับปรุงพัฒนา ทั้งเรื่องของการตลาด เรื่องของผลิตภัณฑ์ และเรื่องของการเพิ่มสมาชิกในอนาคต สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับคนในชุมชนได้

อภิปรายผล

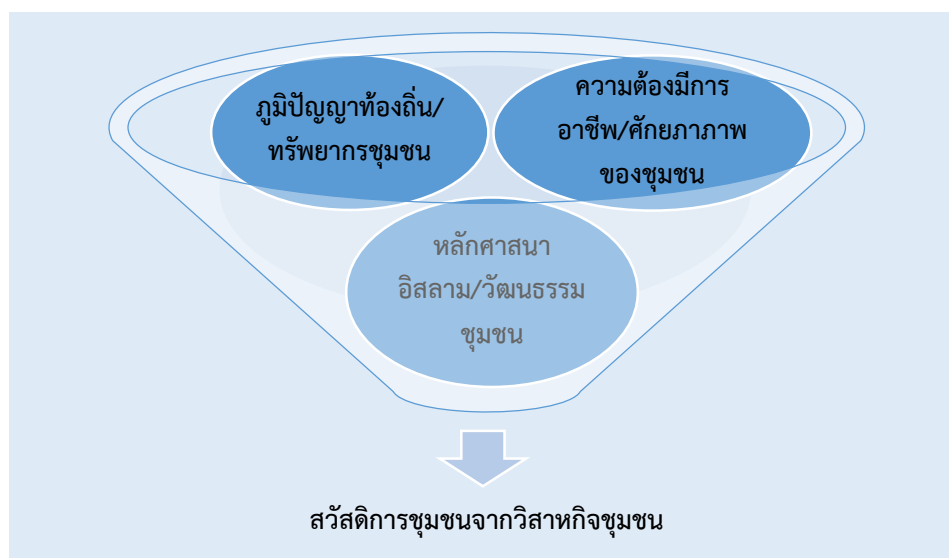
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่าศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี ด้านความต้องการของสตรีมุสลิมกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพต่อการรวมกลุ่มเป็น

วิสาหกิจชุมชน สตรีมุสลิมทุกคนมีความต้องการจะจดทะเบียนกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการนวดเพื่อสุขภาพ เพราะมีความรู้และความสามารถในการนวดเพื่อสุขภาพเบื้องต้น ประกอบกับสอบผ่านความรู้เชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ได้รับประกาศนียบัตรจากสมาคมแพทย์แผนไทย และต้องการนำความรู้ไปประกอบอาชีพ จากข้อมูลพื้นฐานวิสาหกิจชุมชนที่มีในชุมชนคือ การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านสินค้าอุปโภค ได้แก่ การทำบูดู ข้าวเกรียบ กือโปะ ปลาแห้ง และจากประสบการณ์การฝึกอบรมวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มสตรีมุสลิมที่เคยเข้าร่วมมากที่สุด คือ ด้านการแปรรูปอาหาร ปัจจุบันในหมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี สตรีมุสลิมมีการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ มีการรวมกลุ่มเฉพาะกิจ ทำกิจกรรมเล็กน้อยๆ อาทิ การทำขนม การทำข้าวเกรียบ เพื่อเข้าร่วมงานหรือขายในวันสำคัญต่างๆ ไม่มีการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการ ซึ่งการรวมกลุ่มสตรีมุสลิมมีความต้องการอยากรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการและจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน คือ นวดเพื่อสุขภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ กล่าวคือ เป็นการนวดเพื่อสุขภาพโดยกลุ่มสตรีมุสลิมเท่านั้น ซึ่งกลุ่มสตรีมุสลิมเหล่านี้มีความรู้ ความสามารถ ได้รับการรับรองจากสมาคมแพทย์แผนไทย อีกทั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแรก ที่ให้บริการทางด้านการบริการ โดยให้ความสำคัญในเรื่องหลักปฏิบัติศาสนาอิสลาม และเป็นการประกอบอาชีพต้นแบบของสตรีมุสลิมที่ปรับให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ และความต้องการของชุมชน และการดำเนินการในวิสาหกิจชุมชนยึดหลักปฏิบัติศาสนาที่ถูกต้อง เนื่องจากคนที่ผู้สอนเป็นสตรีและนับถือศาสนาอิสลาม จะมีความเข้าใจในข้อจำกัดภายใต้เงื่อนไขขอบเขตที่จะสามารถปฏิบัติได้โดยไม่ผิดหลักตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม สอดคล้องกับ Ummunurin (1996, pp.25-32) กล่าวว่า การสัมผัสเพศตรงข้ามที่ไม่เป็นที่ยอมรับในอิสลามนั้น เป็นการถูกเนื้อต้องตัวของบุคคลที่ไม่ใช่สามีภรรยา ในศาสนาอิสลามห้ามถูกเนื้อต้องตัวกันแม้ว่าจะเป็นคู่รักหรือคู่หมั้นกันก็ตาม เพราะจะนำไปสู่การผิดประเวณีในที่สุด รวมไปถึงศักยภาพและความต้องการของชุมชนในการใช้ทรัพยากรชุมชนในกระบวนการผลิตทั้งทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น ทรัพยากรมนุษย์ (สมาชิกในกลุ่ม) วัตถุดิบจากชุมชน (ผักบุ้งทะเล, มะพร้าว) เป็นต้น ดังนั้นนี่คือการใช้ทรัพยากรดังกล่าวเป็นลักษณะของการใช้ “สมบัติร่วม” ซึ่งสอดคล้องกับ Sangkaew (2021, pp. 172-200) พบว่าภายใต้การบริหารจัดการทรัพยากรร่วมที่ทุกคนในชุมชนเป็นเจ้าของธุรกิจร่วมกัน ร่วมกันสร้าง ร่วมกันพัฒนา และร่วมกันรับผลประโยชน์ ภายหลังสิ่งเหล่านี้สามารถกลายเป็นหลักประกันความมั่นคงของผู้คนในพื้นที่ต่อการไม่ขาดแคลนทรัพยากร ยังทำให้เกิดความเป็นเจ้าของร่วมในผลิตภัณฑ์และทรัพยากร รวมทั้งประโยชน์ที่คนในชุมชนเองจะได้รับในฐานะเจ้าของและส่วนหนึ่งของความสำเร็จร่วมกัน อีกทั้งวิสาหกิจชุมชนยังเป็นการพัฒนาทุนมนุษย์อีกรูปแบบหนึ่งสอดคล้องกับ Watthanabut (2016, pp.163-176) อธิบายการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ หมายถึง การพัฒนาความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristic or attributes) อาจกล่าวได้ว่า competency คือ ลักษณะทั้งในด้านทักษะ ความรู้ และพฤติกรรมของบุคคลซึ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆ ให้มีศักยภาพและประสบความสำเร็จ จะเห็นได้ว่าการพัฒนาศักยภาพและความต้องการเป็นเรื่องสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาโดยเฉพาะความรู้ ทักษะ พฤติกรรมและทัศนคติในการทำงานเพื่อเตรียมพร้อมในการพัฒนาวิชาชีพให้เป็นระบบมากขึ้น การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี จึงต้องการพัฒนาศักยภาพชุมชนในการรวมกลุ่มให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าการสร้างสวัสดิการชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิมหมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี มีการรวมกลุ่มในการประกอบอาชีพหลัก/เสริม ของกลุ่มสตรีมุสลิมมุสลิมนวดเพื่อสุขภาพแบบปัจจุบัน ในอนาคตจะทำให้ลดปัญหาการว่างงาน ทำให้เกิดการมีงานทำ สตรีมุสลิมมีอาชีพ มีรายได้ที่ชัดเจน และสามารถเลี้ยงดูตนเอง ช่วยเหลือครอบครัวได้ อีกทั้งยังเป็นการรวมกลุ่มเพื่อทำอาชีพนี้เป็นกลุ่มแรกๆ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และกลุ่มสตรีมุสลิมมีความพร้อมในการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการในการจดทะเบียนหรือจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการกำหนดชั่วโมงทำงานต่อวัน และมีสมาชิกประจำอยู่ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งชุมชนมีทุนความรู้ ภูมิปัญญาเรื่องการนวดเพื่อสุขภาพ และใบประกาศนียบัตรจากสมาคมแพทย์แผนไทย และมีทุนทางสังคมในเรื่องของความเป็นชุมชนมุสลิม ความไว้วางใจ และความเชื่อใจในการดูแลสุขภาพ การบรรเทาอาการเจ็บ ปวด เมื่อย ในเบื้องต้น ที่ผ่านมากลุ่มสตรีมุสลิมมุสลิมยังมีเครือข่ายการนวดเพื่อสุขภาพที่ได้จากการศึกษาดูงานที่จังหวัดกาญจนบุรี จากแนวทางที่ผ่านมาทำให้เห็นถึงโอกาสของความร่วมมือทางด้านการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชนได้อย่างต่อเนื่องและความยั่งยืน การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของ

ประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ Keeratinawanun and Rattanachuy (2019, pp.1253-1268) อธิบายถึงสวัสดิการชุมชนเมืองที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนเมืองมี 7 รูปแบบคือ สวัสดิการชุมชนเมืองทางด้านความปลอดภัย สวัสดิการชุมชนเมืองทางการเงิน สวัสดิการชุมชนเมืองทางด้านสิ่งแวดล้อม สวัสดิการชุมชนเมืองทางการศึกษา สวัสดิการชุมชนเมืองทางด้านนันทนาการ สวัสดิการชุมชนเมืองทางด้านที่อยู่อาศัย สวัสดิการชุมชนเมืองทางด้านความมั่นคงในการดำรงชีวิต ที่แสดงถึงจุดร่วมของการสร้างรูปแบบสวัสดิการชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการและอยู่กับชุมชนมาได้อย่างยาวนาน โดยการประยุกต์อัตลักษณ์ทางศาสนาและความเชื่อของชุมชนมาเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และกำหนดสร้างเป็นรูปแบบสวัสดิการชุมชนที่เหมาะสมกับชุมชน

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 สวัสดิการชุมชนจากวิสาหกิจชุมชน

การศึกษาวิจัยนี้ พบว่า การสร้างสวัสดิการชุมชนจากวิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพเป็นเรื่องที่ทำนายสำหรับบริบทของจังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องจากรูปแบบของการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีอยู่จำนวนมากส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวกับการแปรรูปอาหาร หรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพจึงเป็นข้อท้าทายแปลกใหม่ที่ต้องต่อสู้กับตลาดและความต้องการรวมไปถึงศักยภาพของกลุ่มสตรีมุสลิมที่มีความเกี่ยวข้องไปถึงวิถีมุสลิมและหลักศาสนาอิสลามในการประกอบอาชีพที่มากไปกว่าความต้องการมีรายได้ที่มั่นคง แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของการไม่ผิดหลักคำสอนของศาสนาในการประกอบอาชีพ เพื่อให้สตรีมุสลิมในพื้นที่สามารถมีรายได้โดยไม่ต้องออกนอกพื้นที่และยังสามารถดูแลครอบครัวได้ ดังนั้นการนวดเพื่อสุขภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะ เพราะเป็นการนวดเพื่อสุขภาพโดยกลุ่มสตรีมุสลิมเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นการใช้ทรัพยากรในชุมชนโดยเน้นการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนเป็นหลัก เช่น ผักขี้เหล็ก มะพร้าว และสมุนไพรอื่นๆ เพื่อลดต้นทุนการผลิตและแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของชุมชนหนึ่งเดียวที่มีการนวดน้ำมันลังกาสุกะ ซึ่งเป็นการนวดที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้ และยังสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่หลากหลาย เช่น น้ำมันลังกาสุกะ ลูกประคบทราย ยาหม่อง ยาต้ม น้ำมันวุ้นสมุนไพร สมุนไพรแช่เท้า และสมุนไพรพอกเข้า เป็นต้น ทำให้กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม สามารถประกอบอาชีพในชุมชนของตนเอง ทำให้มีรายได้เข้าในครอบครัว เกิดการประยุกต์ใช้และต่อยอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ และยังมีการบริหารจัดการในอนาคตโดยการจัดสวัสดิการของวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ มีการถ่ายทอดองค์ความรู้การนวดเพื่อสุขภาพ และคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ดึงดูดให้กลุ่มคนรุ่นใหม่หรือเยาวชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา

วิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพบ้านปาตาบูดี อีกทั้งยังเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพที่สามารถทำงานในชุมชนได้โดยไม่จำเป็นต้องออกนอกชุมชนไปทำงานในพื้นที่อื่น ดังนั้นการสร้างสวัสดิการชุมชนด้วยวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี จึงใช้หลักการบริหารจัดการที่ตระหนักการมีรายได้และประกอบอาชีพของคนในชุมชนและใช้ทรัพยากรชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง “การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาทั้งสิ้น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้ 1.) เพื่อศึกษาศักยภาพและความต้องการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี 2.) เพื่อศึกษาการสร้างสวัสดิการชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี พบว่า กลุ่มสตรีมุสลิมมีอายุโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่ระหว่าง 40 – 50 ปีขึ้นไป มีสถานภาพสมรสเป็นส่วนใหญ่ และมีรายได้ส่วนใหญ่เฉลี่ยต่อเดือน 1,000 - 2,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 2 คนไปจนถึง 12 คน กลุ่มสตรีมุสลิมมีความต้องการรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพมากที่สุด คือ การนวดเพื่อสุขภาพ โดยพบว่า ศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม ด้านความต้องการของสตรีมุสลิมกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพต่อการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน ทุกคนมีความต้องการจะจดทะเบียนกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการนวดเพื่อสุขภาพ เพราะมีความรู้และความสามารถเป็นพื้นฐานในการนวดเพื่อสุขภาพ ประกอบกับสตรีมุสลิมมีศักยภาพในการจัดการทรัพยากรในชุมชน ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการนำมาใช้ประโยชน์ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพ

การสร้างสวัสดิการชุมชนของวิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี จึงเป็นลักษณะของการรวมกลุ่มในการประกอบอาชีพหลัก/เสริม ของกลุ่มสตรีมุสลิมนวดเพื่อสุขภาพ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อให้คนในชุมชนโดยเฉพาะสตรีมุสลิมในชุมชนมีอาชีพ มีรายได้ และสามารถเลี้ยงดูตนเอง ช่วยเหลือครอบครัวได้ ซึ่งชุมชนมีทุนความรู้ ภูมิปัญญาเรื่องการนวดเพื่อสุขภาพ และมีทุนทางสังคมในเรื่องของความเป็นชุมชนมุสลิม ความไว้วางใจและความเชื่อใจในการดูแลสุขภาพที่สอดคล้องกับหลักการทางศาสนาอิสลาม ที่เป็นการสร้างรากฐานด้านอาชีพจากต้นทุนที่มีอยู่ในชุมชนโดยไม่ต้องแสวงหาทรัพยากรจากแหล่งอื่น อีกทั้งยังเป็นการต่อยอดรายได้ในรูปแบบที่เป็นระบบในลักษณะการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำให้เป็นรูปแบบการจัดการที่เป็นระบบสวัสดิการชุมชนอย่างแท้จริง เพราะเป็นสวัสดิการที่เกิดจากการฉันทก้ำลัง และใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มาจากชุมชนเพื่อหล่อเลี้ยงคนในชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสวัสดิการชุมชนจากความต้องการและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพสตรีมุสลิม หมู่บ้านปาตาบูดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี” ควรมีการพัฒนาต่อยอดให้สตรีมุสลิมขยายผลิตภัณฑ์ในอนาคต เปิดรับสมัครสมาชิกเพิ่มหรืออาจจะเพิ่มสมาชิกที่เป็นเพศชาย เพื่อให้สามารถนวดผู้มาใช้บริการที่เป็นเพศชายได้ด้วย จะทำให้มีรายได้มากขึ้น ทั้งนี้การดำเนินการต่างๆ ควรเป็นแบบบูรณาการภาคีเครือข่าย ดังนี้

1. ภาครัฐ หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น; องค์การบริหารส่วนตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี ทำหน้าที่ในการให้ความอนุเคราะห์สถานที่ งบประมาณสนับสนุนในการจัดกิจกรรม เพื่อพัฒนากลุ่มสตรีมุสลิมสามารถฝึกอบรมเพิ่มเติมในเรื่องการตลาด การทำผลิตภัณฑ์ เป็นต้น, ที่ว่าการอำเภอยะหริ่ง ทำหน้าที่ในการสนับสนุนการออกบูธ การสัณนิเทศการนวดเพื่อสุขภาพ การเปิดเวทีให้น่าสนใจและองค์ความรู้ไปเผยแพร่พัฒนาชุมชน อำเภอยะหริ่ง; ควรสนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมต่อยอดองค์

ความรู้การตลาด การจัดทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นต้น และควรจัดทำเว็บไซต์ ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดเพื่อสุขภาพบ้านป่าตาดูดี เพื่อให้ประชาชนทั้งในและนอกชุมชนที่สนใจมาใช้บริการขนาดเพื่อสุขภาพ

2. ภาคเอกชน ร้าน/ศูนย์ขนาดเพื่อสุขภาพ ที่ผ่านการรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุข จัดหลักสูตรอบรมเฉพาะ เพื่อให้สตรีมุสลิมสามารถต่อยอดให้มีความรู้ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง พร้อมทั้งได้รับประกาศนียบัตรที่ถูกต้องตามหลักวิชา ธีรภัทร/สถานประกอบการต่างๆ ในชุมชน ควรประชาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดของสตรีมุสลิมในชุมชน เพื่อสร้างงาน และเกิดการกระจายรายได้ในชุมชน

3. ภาคประชาชน; กลุ่มสตรีมุสลิม ควรฝึกฝนและพัฒนาตนเองอยู่อย่างสม่ำเสมอทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติ อาทิ องค์ความรู้ใหม่ๆ เฉพาะทาง เช่น การนวดหลังคลออด การนวดกดจุด เป็นต้น

4. ภาควิชาการ หน่วยงานวิชาการ; คณะรัฐศาสตร์ ทำหน้าที่ในการประสานงาน ช่วยเหลือในด้านการให้องค์ความรู้ในด้านต่างๆ ที่กลุ่มสตรีมุสลิมมีความต้องการ และนำเสนอนโยบายการพัฒนาสตรีทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างและบริบทพื้นที่ที่หลากหลายมากขึ้น ที่ให้เห็นถึงการสร้างสวัสดิการชุมชนจากชุมชนที่มีวัฒนธรรม ประเพณีอื่นๆ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มที่มีการจัดตั้งมากมายทั่วประเทศ การศึกษาการสร้างสวัสดิการชุมชนจากพื้นที่อื่นทำให้เห็นข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสวัสดิการชุมชนรูปแบบใหม่ที่จะสอดคล้องกับวิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่

2. การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน ที่มีทั้งการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จากทัศนะของผู้วิจัยมีความเห็นว่า การศึกษานี้เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและเหมาะสมกับการเก็บข้อมูลเชิงลึกเป็นสำคัญ การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจะเป็นการสะท้อนในมิติด้านวิถีชีวิต ซึ่งทำให้การศึกษามีข้อมูลที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Keeratinawanun, S., & Rattanachauy, S. (2019). The Mechanisms of the Strengthening Urban Community Welfare in Case of Kho-Klang, Bobae, Kudi-Chin and Masjid-Kamalulislam Bangkok. *Journal of MCU Peace Studies*, 7(5), 1253–1268. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/208074>
- Ramanandana, P. (2021). *Community Welfare Management with Community Enterprises: A Case Study of the Baan Mai Fund Community Shop Group, Ban Mai Samanachan Community 5, Ban Mai Sub-district, Pak Kred District, Nonthaburi Province* (Master's thesis). Silpakorn University. Retrieved from <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/3664>
- Rawls, J. (1999). *A Theory of Justice*. Oxford: Harvard University Press.
- Santikul, P. (2020). *Justice in Social Welfare* (2nd ed.). Bangkok: Thammasat University Press.
- Sangkaew, W. (2021). Creating Job Security and Income for Community Enterprises in Three Southern Border Provinces: A Case Study of Six Community Enterprise Groups in Pattani, Narathiwat, and Yala Province. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 14(3), 172-200.
- Ummunurin, (1996). Interesting Information for Muslim Women: "Islam and Prevention of Sexual Problems". *Morality Magazine*, 1(1), 25-32.
- Wattanabut, B. (2016). Human Capital Potential Development in the 21st Century. *Dhammathas Academic Journal*, 16(2), 163-176.

Received:	07-10-2024
Revised:	25-11-2024
Accepted:	13-01-2025

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อ
เซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Decision to Purchase Whey Protein through 7-11 Convenience
Store of Generation Y in Bangkok

กศิรา ดนเสมอ¹

Kasira Donsamer

Kasira.don@ku.th

จิราพัชร ทิปะลา¹

Chiraphat Thipala

Chiraphat.thi@ku.th

วานินา ม่าหนูด¹

Wanina Mamud

Wanina.mam@ku.th

วิภาทิพย์ เรืองทรัพย์¹

Vipatip Ruangsap

Vipatip.rua@ku.th

นริศรา ภาควิธี²

Narissara Parkvithee

pnarismiracle@hotmail.com

* Corresponding Author

¹ นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Students, Bachelor of Business Administration, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha Campus

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชันวาย อายุ 27-42 ปี อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเป็นบุคคลที่เคยรับประทานหรือเคยซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก การเก็บรวบรวมข้อมูลได้เก็บโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา ($\beta = .295, t = 5.777, P = .000, \mathbf{r} = .592$) ปัจจัยความสะดวกสบาย ($\beta = .272, t = 5.736, P = .000, \mathbf{r} = .560$) และปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ($\beta = .198, t = 4.082, P = .000, \mathbf{r} = .531$) ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ($\beta = .055, t = 1.141, P = .255$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า การสร้างการตระหนักรู้ถึงผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคาและคุณภาพที่เหมาะสม การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและสะดวก และการอาศัยชื่อเสียงของคนกลางหรือผู้จัดจำหน่าย จะช่วยให้ทำการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จะช่วยถ่ายทอดไปถึงความน่าเชื่อถือของแบรนด์ด้วย และส่งเสริมให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวายตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานครในที่สุด

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, อาหารเสริม, เวย์โปรตีน, ร้านสะดวกซื้อ, เจนเอเรชันวาย

Abstract

The objective of this research is to study the factors influencing Generation Y consumers' decisions to purchase whey protein supplements through Seven Eleven convenience stores in Bangkok. The sample group used in this study was Generation Y consumers aged 27-42 years living in the Bangkok area and being a person who has consumed or purchased whey protein supplements through Seven Eleven convenience stores. The sample size was 400 individuals. The sampling method used convenience sampling method. Data collection was collected using a questionnaire. Statistics used in analyzing the data included percentages, frequencies, means, standard deviations, multiple regression analysis, and Pearson correlation coefficient.

The hypothesis testing results found that the factors positively influencing Generation Y consumers' decisions to purchase whey protein supplements through Seven Eleven convenience stores in Bangkok were perception of price ($\beta = .295$, $t = 5.777$, $P = .000$, $r = .592$), convenience ($\beta = .272$, $t = 5.736$, $P = .000$, $r = .560$), and brand credibility ($\beta = .198$, $t = 4.082$, $P = .000$, $r = .531$), respectively. Meanwhile, product variety did not positively influence Generation Y consumers' decisions to purchase whey protein supplements through Seven Eleven convenience stores in Bangkok ($\beta = .055$, $t = 1.141$, $P = .255$) at statistically significant level of .01.

The study results conclude that creating awareness of product worthy compared with price and proper quality, easy and convenient access to products, and relying on the reputation of the middleman or distributor would help to easily make a purchased decision. In addition, providing reliable information with respect to product quality also would help to convey to the brand credibility and ultimately encourage Generation Y consumers' decision-making to purchase whey protein supplements through Seven Eleven convenience stores in Bangkok.

Keywords: The Decision to Purchase, Dietary supplements, Whey Protein, Convenience Store, Generation Y

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลังจากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้ผู้คนในปัจจุบันเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตและการดำรงชีวิต มีการหันมาใส่ใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น (Kasikornresearch, 2020) และหนึ่งในการดูแลสุขภาพให้ดีขึ้นนั้นคือ การออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างกล้ามเนื้อให้มีความแข็งแรง โดยการที่จะเสริมสร้างกล้ามเนื้อได้นั้นจะต้องมีการรับประทานอาหารจำพวกโปรตีนให้เพียงพอควบคู่ไปกับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนจึงเป็นอีกตัวช่วยหนึ่งสำหรับคนที่มีความต้องการที่จะเพิ่มกล้ามเนื้อ ทำให้อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่การได้รับความนิยมจากกลุ่มที่ชอบออกกำลังกายหรือนักกีฬาเท่านั้น แต่กลุ่มผู้ประกอบการอาหารเสริมและนักการตลาดยังเล็งเห็นโอกาสที่จะขยายส่วนตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศ ไม่ว่าจะเป็นเพศชาย เพศหญิง หรือเพศทางเลือก รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการลดน้ำหนัก สร้างกล้ามเนื้อแทนที่ไขมัน ดังจะเห็นได้ชัดเจนมากขึ้นในผู้บริโภคเพศหญิงที่หันมาใส่ใจเกี่ยวกับสุขภาพและรูปร่างมากขึ้นในปัจจุบัน

อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน (Whey Protein) จัดเป็นอาหารเสริมโปรตีนคุณภาพสูง มีคุณประโยชน์อุดมไปด้วยสารอาหารที่สำคัญและกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายในการช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ เส้นผม และอวัยวะต่างๆ ของโครงสร้างกระดูกที่จำเป็นของร่างกายให้แข็งแรง (Medparkhospita, 2023) โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารเสริมในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีมูลค่าตลาด 87,000 ล้านบาท เติบโตขึ้นจากปี พ.ศ. 2565 ร้อยละ 9.8 และอาหารเสริมที่เติบโตได้เป็นอย่างดีในช่วงเวลา 2 ปีที่ผ่านมาคืออาหารเสริมประเภทโปรตีนและควบคุมน้ำหนัก ทำให้อุตสาหกรรมอาหารเสริมประเภทโปรตีนมีความน่าสนใจในการลงทุนและมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยอาหารเสริมโปรตีนมีส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 จัดอยู่ในอันดับสาม ซึ่งมีอันดับหนึ่งคือผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพแบบรวม คิดเป็นร้อยละ 29 และอันดับที่สองคืออาหารเสริมผิวพรรณความงาม คิด

เป็นร้อยละ 21 โดยตลาดกลุ่มอาหารเสริมที่ใหญ่ที่สุดปรากฏอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล คิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 3 ประมาณร้อยละ 33 รองลงมาจะเป็นภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคเหนือ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเลือกที่จะทำการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนตลาดประเภทอาหารเสริมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาในงานวิจัยนี้จะต้องเป็นผู้บริโภคที่เคยรับประทานหรือเคยซื้ออาหารเสริม โดยเฉพาะอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนมาก่อนด้วย จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเป็นหลัก

นอกจากนี้ จากสถิติกลุ่มผู้ซื้ออาหารเสริมหลักในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจะอยู่ในช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป (Thai News Network, 2023) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยทำงาน จึงส่งผลทำให้มีความเครียดตลอดเวลา คนกลุ่มนี้จึงให้ความสำคัญกับสุขภาพเป็นอย่างมาก โดยกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524-2539 มีอายุอยู่ในช่วง 27-42 ปี ถือเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากในโลก ซึ่งมีประชากรมากถึง 1,800 ล้านคนทั่วโลก คิดเป็นร้อยละ 23 ของประชากรทั้งหมด (Digitary, 2023) และจากการสำรวจประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันวายในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 15,144,468 คน (Phothisa, 2023) ซึ่งเป็นจำนวนที่มากพอที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมสมควรที่จะเลือกทำส่วนตลาดนี้ และมีฐานลูกค้าในช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไปเป็นฐานลูกค้าเดิมของธุรกิจอยู่แล้ว ดังนั้น จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่การศึกษานี้ได้เลือกผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

เนื่องจากช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา อาหารเสริมประเภทโปรตีนและควบคุมน้ำหนักมีอัตราการเติบโตและส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้น ทำให้แนวโน้มอัตราการเติบโตของธุรกิจอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนมีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้ธุรกิจมีแนวโน้มที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเป็นกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งมีไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ชอบความเร็ว และความสะดวกสบาย ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนจึงมีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อที่มีสาขาเป็นจำนวนมากอยู่กระจายอยู่ทั่วถึงในประเทศไทย ดังนั้น จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่เลือกศึกษาเฉพาะร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น เพราะเป็นร้านสะดวกซื้อแบบลูกโซ่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางมานาน และมีสาขาเป็นจำนวนมากในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ทุกที่ทุกเวลา และผู้บริโภคทุกกลุ่มมักเข้าไปใช้บริการในชีวิตประจำวันอยู่เสมอๆ จึงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่น่าเรียนรู้ศึกษาเพื่อพัฒนาขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนให้มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

จากการค้นคว้าวิจัยที่ผ่านมาการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนพบว่าการศึกษาเรื่องดังกล่าวยังมีไม่มากนัก โดยงานวิจัยของ Patthaphi and Boonyachi (2020) ได้ทำการศึกษาเรื่องของส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เวย์โปรตีนจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่ามีข้อเสนอแนะในส่วนผสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ว่าบรรจุก่อนที่มีความหลากหลายไม่มากพอ ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตควรเพิ่มขนาดของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงในด้านของราคาควรมีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับขนาดของผลิตภัณฑ์ จากข้อเสนอแนะดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และความสำคัญของการรับรู้ด้านราคา นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Phrabamrung (2022) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเวย์โปรตีนผ่านช่องทางขายออนไลน์ ของคนเจนเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้เสนอคำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการที่ควรหันมาให้ความสนใจทางด้านมาตรฐานและคุณภาพเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งมีผลจากการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งงานวิจัยของ Limvattana (2021) ที่ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Proflex Whey Protein ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ให้ข้อเสนอแนะทางด้านการจัดจำหน่ายไว้ว่าสินค้าต้องสามารถหาซื้อได้อย่างสะดวกและมีการจัดจำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไป สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างง่าย แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเข้าถึงสินค้าเป็นอย่างมาก ซึ่งถ้าเป็นงานวิจัยในกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในช่วงเวลาที่เปลี่ยนไป และมีบริบทแวดล้อมต่างกัน จะได้ผลการวิจัยที่แตกต่างหรือไม่

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีปัจจัยที่จะนำมาศึกษาพร้อมกัน ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) การรับรู้ด้านราคา (Perceived of Price) ความสะดวกสบาย (Convenience) และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ (Brand Credibility) เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยสำคัญดังกล่าวว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์ให้ผู้ประกอบการในการวางแผนทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอนาคตได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายที่เกี่ยวข้องกับการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ด้านราคามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยความสะดวกสบายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety)

ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในร้านค้ามีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อผลิตภัณฑ์และเหมาะสมกับความต้องการมากขึ้น โดยพิจารณาได้จาก ความกว้างของผลิตภัณฑ์และความลึกผลิตภัณฑ์ (Levy, & Weitz, 2020) จากงานวิจัยของ Buapanwilai (2020) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ลูกค้านักจะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลายตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นถ้าร้านมีการแสดงสินค้าให้สามารถเห็นภาพของสินค้าที่โดดเด่น และแตกต่างอย่างชัดเจน จะช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ด้านราคา (Perceived of Price)

การรับรู้ด้านราคา คือ การเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้รับกับสิ่งที่ลูกค้าเสียไป และเกิดความเหมาะสมต่อความคุ้มค่าหรือไม่ ดังนั้นราคาจึงเป็นตัวเปรียบเทียบกับความคุ้มค่าภายในตัวผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ (Sweeney, & Soutar, 2001) จากงานวิจัยของ Ariyawongsathidt and Moohamad (2020) พบว่า ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก เนื่องจากผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีราคาสินค้าคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายแสดงราคาของสินค้าที่แสดงชัดเจน และสินค้ามีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น

แนวคิดและทฤษฎีความสะดวกสบาย (Convenience)

ความสะดวกสบาย คือ การที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงร้านค้าและบริการผ่านช่องทางที่หลากหลายตลอดเวลาที่ต้องการ ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ทำให้ง่ายต่อการใช้งานโดยการกำจัดและลดความยุ่งยากที่เกิดขึ้นในขั้นตอนต่างๆ ของกิจกรรมและรวดเร็วต่อการให้บริการ ซึ่งเป็นการสร้างความอิสระให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า (Childers, Carr, Peck, & Carson, 2001) จากงานวิจัยของ Phongphrom (2019) และ Jirangsuwan (2017) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านความสะดวกสบายอย่างการเข้าถึงได้

ง่าย ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายให้สอดคล้องกับยุคสมัยของการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

แนวคิดและทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแบรนด์ (Brand Credibility)

แนวคิดที่เชื่อมโยงต่อความรู้สึกของผู้บริโภคที่ทำให้เกิดความไว้วางใจต่อแบรนด์สินค้า ความรู้สึกที่แสดงถึงความมั่นใจ และความปลอดภัยที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกิดจากความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคถึงอรรถประโยชน์ที่แท้จริง เมื่อผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังได้ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกเชื่อมั่น (Keller, 2019) จึงมีหลักการในการพิจารณาแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค ทั้ง 2 ปัจจัย (Bashokouh, 2022; An, Do, Ngo, & Quan, 2019; Erdem, & Swait, 2004) ดังนี้

1. ผู้บริโภคจะเกิดความเชื่อถือนั่นคือชื่อเสียง (Reputation) จากแบรนด์ผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ที่ผู้บริโภคมองเห็นที่ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่น
2. ผู้บริโภคจะมีความน่าเชื่อถือต่อแบรนด์ (Trustworthiness) ซึ่งเกิดจากการพิจารณาคุณภาพและมาตรฐานของแบรนด์จากผู้บริโภค รวมถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏในแบรนด์

งานวิจัยของ Tilokavichai and Surmsub (2020) พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือนั้นทำให้ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า

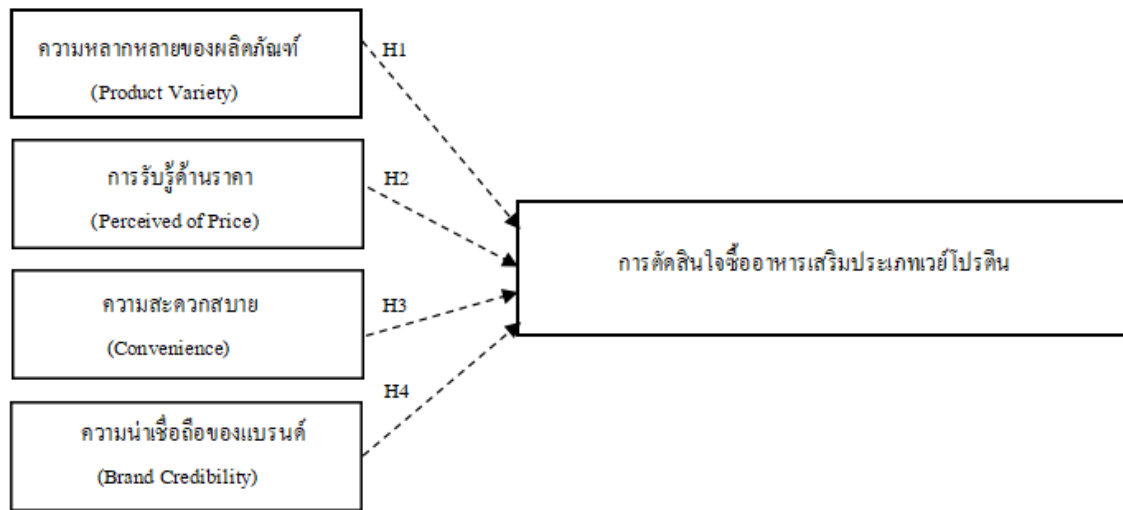
แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ (Decision to Purchase)

Kotler (2000) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจเกิดจากอิทธิพลจากภายในของผู้บริโภคทั้งการรับรู้ การเรียนรู้ แรงจูงใจ และทัศนคติในเรื่องต่างๆ ของผู้บริโภคเอง ซึ่งการตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้นได้จะต้องผ่านกระบวนการในการตัดสินใจทั้งหมด 5 ขั้นตอน (Junlawong, 2020) ดังต่อไปนี้

1. ตระหนักถึงสิ่งที่ต้องการ (Need Recognition) การทราบถึงสิ่งที่ต้องการโดยอาจจะถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าทั้งภายใน และภายนอก
2. การค้นคว้าข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคจะมีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ทราบรายละเอียดและลดความเสี่ยงของตนเองให้มากขึ้น
3. ประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รับมา เพื่อที่ความต้องการให้เลือกซื้อสินค้าได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อทำการเปรียบเทียบตัวเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เลือกที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด
5. พฤติกรรมหลังจากการเลือกซื้อ (Post-purchase behavior) ความพึงพอใจหลังจากได้รับสินค้าหรือบริการ หากสินค้าหรือบริการสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากจะทำให้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำไปจนกลายเป็นลูกค้าผู้ภักดีในระยะยาว

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยนำตัวแปรมาสร้างกรอบแนวคิดพร้อมทั้งนำเสนอสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

H1: ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H2: ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา (Perceived of Price) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H3: ปัจจัยความสะดวกสบาย (Convenience) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H4: ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ (Brand Credibility) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริโภคแหล่งที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นบุคคลที่เคยรับประทานหรือเคยซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวาย ทุกเพศ ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 27-42 ปี มีแหล่งที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นบุคคลที่เคยรับประทานหรือเคยซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการในรูปแบบการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience sampling) แต่เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนกลุ่มประชากรที่บริโภคอาหารเสริมเวย์โปรตีนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครได้อย่างแน่ชัด จึงได้มีการใช้สูตรในการคำนวณของ Cochran (1997) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ความคลาดเคลื่อน 0.05 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลอย่างน้อย 385 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์คำนวณ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่จะสำรวจเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยคำถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรอง ได้แก่ คำถามคัดกรองอายุ คำถามคัดกรองที่อยู่อาศัย คำถามเกี่ยวกับการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น และคำถามการให้ความยินยอมในการตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพ ข้อมูลพื้นฐาน และพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นปลายปิด (Closed End) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การรับรู้ด้านราคา ความสะดวกสบาย ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ และการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ลักษณะคำถามเป็นมาตราวัด scale ชนิด 5 ระดับ (Likert Scale) และส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Opened End) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลผ่านโปรแกรม SPSS Version 29.0.0.0 (241)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยจะมีการนำเนื้อหาตรวจสอบความถูกต้องทั้งด้านภาษาและเนื้อหา จากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทางด้านการตลาดและการวิจัย โดยใช้วิธีการหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) จะต้องมีความค่าคือ มากกว่า 0.5 จึงจะผ่านเกณฑ์ (Sinjaru, 2020) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าแต่ละข้ออยู่ช่วงระหว่าง 0.67–1.00 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์ และผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและเหมาะสม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเกณฑ์การจัดตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบล่วงหน้า (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น ใช้เกณฑ์การทดสอบโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งต้องมีความค่ามากกว่า 0.70 จึงจะผ่านเกณฑ์ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) การวิจัยครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรทุกตัวภายในกรอบวิจัย พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.776 และค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรทั้ง 5 ตัว ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การรับรู้ด้านราคา ความสะดวกสบาย ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ และการตัดสินใจซื้อ ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังต่อไปนี้ 0.790, 0.768, 0.811, 0.721, 0.768 ตามลำดับ หมายความว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความเหมาะสมและเชื่อถือได้ สามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยการนำแบบสอบถามลงไปยังกลุ่มเฟสบุ๊ก ซึ่งเป็นกลุ่มที่คาดว่าจะมีการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน ได้แก่ กลุ่มคนออกกำลังกาย กลุ่มคนลดน้ำหนัก กลุ่มคนรักสุขภาพ และกลุ่มคนกินอาหารคลีน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ประกอบด้วยดังนี้

1. การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ระบุว่าได้ ความถี่ในการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนต่อสัปดาห์ และรูปแบบอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน
2. การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ในการอธิบายตัวแปรแต่ละตัวที่ใช้ในกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้
3. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร และหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ความถี่ในการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนต่อสัปดาห์ และรูปแบบอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน ด้วยการวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	109	27.30
หญิง	248	62.00
LGBTQ+	40	10.00
ไม่ระบุ	3	0.80
ระดับการศึกษา		
ระดับปริญญาตรี	391	97.80
ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	9	2.30
อาชีพ		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	178	44.50
ข้าราชการ	67	16.80
ธุรกิจส่วนตัว	118	29.50
อื่นๆ	37	9.30
ระดับรายได้ต่อเดือน		
≤ 10,000 บาท	9	2.30
10,001-20,000 บาท	83	20.80
20,001-30,000 บาท	192	48.00
30,001-40,000 บาท	96	24.00
≥ 40,001 บาท	20	5.00
ความถี่ในการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนต่อสัปดาห์		
สัปดาห์ละครั้ง	74	18.50
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	260	65.00
4-5 ครั้งต่อสัปดาห์	54	13.50
ทุกวัน	12	3.00
รูปแบบของอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน		
แบบสำเร็จรูปพร้อมดื่ม	257	64.30
แบบผงสำหรับชง	143	35.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 เพศชาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 เพศ LGBTQ+ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และไม่ระบุเพศ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ส่วนระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80 และการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ส่วนในด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ข้าราชการ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ส่วนระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีระดับรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ระดับรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 20 คน ร้อยละ 5.00 และระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ในด้านความถี่ในการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนต่อสัปดาห์ ผู้บริโภคอาหารเสริมส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา มีความถี่ในการซื้อสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ความถี่ในการซื้อสัปดาห์ละ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และมีความถี่ในการซื้อทุกวันต่อสัปดาห์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และในด้านรูปแบบของอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่ผู้บริโภคซื้อไปบริโภค ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ซึ่งมีจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 และในรูปแบบผงสำหรับชง มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80

การวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และระดับความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และความคิดเห็นของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา ปัจจัยความสะดวกสบาย ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) (Levy, & Weitz, 2020)	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีรสชาติที่หลากหลาย	3.67	0.99	มาก
2. ท่านคิดว่าอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีหลากหลายแบรนด์ให้ท่านได้เลือกซื้อ	3.86	0.92	มาก
3. ท่านคิดว่าอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เช่น แบบผงสำหรับชงแบบสำเร็จรูปพร้อมดื่ม เป็นต้น	3.67	1.06	มาก
4. ท่านคิดว่าอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีขนาดปริมาณที่หลากหลายให้ท่านเลือกซื้อ	3.75	1.07	มาก
รวม	3.74	0.79	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านคิดว่าอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวก

ซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีหลากหลายแบรนด์ให้ท่านได้เลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาคือ ท่านคิดว่าอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น มีขนาดปริมาณที่หลากหลายให้ท่านเลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.75$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านคิดว่าอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีรสชาติที่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.67$) และท่านคิดว่าอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เช่น แบบผงสำหรับชง แบบสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ($\bar{X} = 3.67$)

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้ด้านราคา

ปัจจัยด้านการรับรู้ด้านราคา (Perceived of Price) (Sweeney, & Soutar, 2001; Ariyawongsathidt, & Moohamad, 2020)	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าราคาที่แตกต่างกันทำให้ท่านเปรียบเทียบตราผลิตภัณฑ์	3.90	0.93	มาก
2. ท่านรู้สึกคุ้มค่าในราคาที่จ่ายไปกับประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น	4.05	0.90	มาก
3. ท่านคิดว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านทางร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น	3.71	1.03	มาก
รวม	3.88	0.79	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านรู้สึกคุ้มค่าในราคาที่จ่ายไปกับประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าราคาที่แตกต่างกันทำให้ท่านเปรียบเทียบตราผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.90$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ท่านคิดว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จำหน่ายผ่านทางร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ($\bar{X} = 3.71$)

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสะดวกสบาย

ปัจจัยความสะดวกสบาย (Convenience) (Childers, Carr, Peck, & Carson, 2001; Jirangsuwan, 2017; Phongphrom, 2019)	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าท่านสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนได้ง่าย โดยซื้อผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ที่มีสาขารอบคลุมทั่วประเทศ	3.74	0.96	มาก
2. ท่านคิดว่าการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น นั้นลดความยุ่งยากกว่าการออกไปซื้อผ่านศูนย์บริการ	3.85	0.98	มาก
3. ท่านสามารถซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น ได้ทุกเมื่อที่ท่านต้องการ	3.88	0.96	มาก
รวม	3.82	0.82	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความสะดวกสบาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านสามารถซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟ

เว้น ได้ทุกเมื่อที่ท่านต้องการ ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น นั้นลดความยุ่งยากกว่าการออกไปซื้อผ่านศูนย์บริการ ($\bar{X} = 3.85$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ท่านคิดว่าท่านสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนได้ง่าย โดยซื้อผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ที่มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ ($\bar{X} = 3.74$)

ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์

ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ (Brand Credibility) (Erdem, & Swait, 2004; An, Do, Ngo, & Quan, 2019; Tilokavichai, & Surmsub, 2020; Bashokouh, 2022)	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านเชื่อว่าแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน ในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ที่ท่านรู้จัก มีอิทธิพลในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับท่านเพิ่มมากขึ้น	3.95	0.91	มาก
2. ท่านเชื่อว่าแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ที่มีชื่อเสียงตามสื่อโฆษณา จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับท่าน	4.01	0.81	มาก
3. ท่านมั่นใจว่าแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีความน่าเชื่อถือในการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.16	0.79	มาก
4. ท่านเชื่อถือในแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จัดวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น	4.20	0.80	มาก
รวม	4.08	0.61	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ โดยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านเชื่อถือในแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่จัดวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมา คือ ท่านมั่นใจว่าแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีความน่าเชื่อถือในการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมา คือ ท่านเชื่อว่าแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ที่มีชื่อเสียงตามสื่อโฆษณาจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับท่าน ($\bar{X} = 4.01$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ท่านเชื่อว่าแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ที่ท่านรู้จัก มีอิทธิพลในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับท่านเพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 3.95$)

ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน

การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (Kotler, 2000; Junlawong, 2020)	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านต้องการรับประทานอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนเพื่อเสริมสร้างโปรตีนในร่างกาย	3.85	1.02	มาก
2. ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่วางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น	3.86	1.02	มาก
3. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนที่มีคุณสมบัติและประโยชน์ตามที่ท่านต้องการ	3.85	1.14	มาก

การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (Kotler, 2000; Junlawong, 2020)	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
4. ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในอนาคต	4.09	0.95	มาก
5. ท่านจะกลับมาซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่นอย่างต่อเนื่อง	3.90	0.78	มาก
รวม	3.91	0.71	มาก

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ในอนาคต ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ ท่านจะกลับมาซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมา คือ ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนที่วางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ($\bar{X} = 3.86$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ท่านต้องการรับประทานอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนเพื่อเสริมสร้างโปรตีนในร่างกาย ($\bar{X} = 3.85$) และ ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนที่มีคุณสมบัติและประโยชน์ตามที่ท่านต้องการ ($\bar{X} = 3.85$)

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานนั้นใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะสามารถใช้ได้หรือไม่ จะต้องทำการทดสอบเบื้องต้นก่อน ด้วยการหาค่า Variance Inflation Factor (VIF) และหาค่า Durbin-Watson จากการทดสอบ พบว่า VIF มีค่าอยู่ในระหว่าง 1.638 – 1.903 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Minitab, 2021) และการทดสอบหาค่า Durbin-Watson พบว่ามีค่าอยู่ที่ 1.535 ซึ่งอยู่ในระหว่าง 1.5 – 2.5 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบในครั้งนี้ไม่มีความสัมพันธ์กันภายในตัวเอง (Senariddhikrai, 2020) ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงสามารถทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ได้ โดยมีผลทดสอบดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตัวแปร	B	St. Error	β	T-test	P-value
ค่าคงที่	.847	.186		4.567	.000**
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	.049	.043	.055	1.141	.255
การรับรู้ด้านราคา	.267	.046	.295	5.777	.000**
ความสะดวกสบาย	.236	.041	.272	5.736	.000**
ความน่าเชื่อถือของแบรนด์	.230	.056	.198	4.082	.000**
R=.676, R ² =.457, adjusted R ² =.452, F=83.202, *P<.05, **P<.01					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พหุคูณ พบว่า บัณฑิตการรับรู้ด้านราคา บัณฑิตความสะดวกสบาย บัณฑิตความน่าเชื่อถือของแบรนด์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ของกลุ่มเจนเนอร์ชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยสามารถอธิบายพยากรณ์การมีอิทธิพลได้ ร้อยละ 45.7 ($R^2 = 0.457$) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีทั้งหมด 3 ปัจจัย เรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา ($\beta = .295$, $P = .000$) ปัจจัยความสะดวกสบาย ($\beta = .272$, $P = .000$) และ ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ($\beta = .198$, $P = .000$) สำหรับปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีอิทธิพลกับตัวแปรตามของการวิจัยในครั้งนี้เป็นไปในทิศทางบวกที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา ปัจจัยความความสะดวกสบาย ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่อตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ที่ (r) = 0.592, 0.560 และ 0.531 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ดังนั้น สรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานนั้น ยอมรับสมมติฐาน H2, H3 และ H4 ตามที่ได้กำหนดไว้ และปฏิเสธสมมติฐาน H1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาสรุปเป็นผลการวิเคราะห์ในรูปแบบสมการของ 1. สมการรูปคะแนนดิบ และ 2. สมการรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

1. สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Unstandardized score)

$$\hat{Y} = 0.847 + 0.049 (X_1) + 0.267 (X_2) + 0.236 (X_3) + 0.230 (X_4) \text{ หรือ}$$

$$\begin{aligned} \text{การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน} = & 0.847 + 0.049 (\text{ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์}) + 0.267 \\ & (\text{ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา}) + 0.236 (\text{ปัจจัยความสะดวกสบาย}) + \\ & 0.230 (\text{ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์}) \end{aligned}$$

2. สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized score)

$$Z\hat{Y} = 0.055 (Z_{x_1}) + 0.295 (Z_{x_2}) + 0.272 (Z_{x_3}) + 0.198 (Z_{x_4}) \text{ หรือ}$$

$$\begin{aligned} \text{การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีน} = & 0.055 (\text{ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์}) + 0.295 \\ & (\text{ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา}) + 0.272 (\text{ปัจจัยความสะดวกสบาย}) \\ & + 0.198 (\text{ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์}) \end{aligned}$$

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการศึกษามาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและอิทธิพลของแต่ละปัจจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและเคยรับประทานหรือเคยซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นมาก่อน ดังนั้น ผู้ประกอบการมีโอกาที่จะสามารถขยายส่วนตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีกำลังซื้อโดยผู้ประกอบการอาจใช้ความพยายามในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้ประมาณ 20,001-30,000 บาท ซึ่งคาดว่าจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรจัดทำ การส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์บ่อยครั้งยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาระบุว่า กลุ่มตัวอย่างมักจะซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ได้ และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคเจนเนอเรชันยานิยมซื้อผลิตภัณฑ์ใน

รูปแบบสำเร็จรูปพร้อมดื่มมากกว่ารูปแบบอื่นๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเตรียมความพร้อมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบดังกล่าว เพื่อวางจำหน่ายในตลาดให้มากขึ้น

2. ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ของกลุ่มเจนเอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องมาจากการรับรู้ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวายส่วนใหญ่ นั้น อยู่ในวัยทำงานที่มีความนึกคิดที่เป็นเหตุเป็นผลมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้เห็นถึงความคุ้มค่าคุ้มราคา (Lee, Choi, Kim, & Hong, 2007) ในการซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่ผลิตภัณฑ์ในร้านมีการติดฉลากบ่งบอกรายละเอียดของสินค้าและราคามากกว่าการซื้อผ่านช่องทางอื่น ส่งผลทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีการตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nunthaegapong and Panthong (2022) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ด้านราคาและคุณภาพที่เหมาะสมคุ้มค่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีราคาให้เลือกหลากหลาย ราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่ายไปและทำให้รู้สึกถึงประโยชน์ คุ้มค่าที่ได้รับจะมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานจากร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยความสะดวกสบาย พบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร มากเป็นอันดับสองรองมาจากปัจจัยการรับรู้ด้านราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เนื่องจากในปัจจุบันความสะดวกสบายในการเข้าถึงร้านสะดวกซื้อนั้นสามารถทำได้หลากหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นแบบออฟไลน์หรือออนไลน์ก็ตาม ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ทุกเมื่อที่ต้องการได้สะดวกขึ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเจนเอเรชันวายที่เป็นวัยทำงาน และอาจมีการเลิกงานหรือกลับบ้านดึกบ้าง ดังนั้นการที่ร้านสะดวกซื้อแบบร้านลูกโซ่อย่างเซเว่นอีเลฟเว่นที่มีสาขารอบคลุมอยู่ทั่วประเทศจำนวนมากมาย สามารถตอบโจทย์ลูกค้าในการเพิ่มฟังก์ชันการอำนวยความสะดวกจากเดิมที่เป็นร้านสะดวกซื้อธรรมดาที่เปิดให้บริการแบบ 24 ชั่วโมง จึงมีการพัฒนาปรับปรุงเพิ่มฟังก์ชันการให้บริการแบบสั่งซื้อออนไลน์ ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้นในทุกที่ทุกเวลา (Wanpen, 2012) ส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น (Phungbangkruay, 2020) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jirangsuwan (2017) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภค ของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านความสะดวกสบายอย่างการเข้าถึงได้ง่าย ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ จึงทำให้ร้านสะดวกซื้อนั้นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายผลิตภัณฑ์ ให้เป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัย เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรวางแผนการจัดจำหน่ายสินค้าในช่องทางต่างๆ ให้หลากหลายช่องทางและมีการกระจายสินค้าแบบทั่วถึงให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์

4. ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานคร มากเป็นอันดับสามรองมาจากปัจจัยความสะดวกสบายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวายและทำงานเป็นส่วนใหญ่ พฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้มักจะรีบเร่ง และอาศัยความง่าย สะดวกรวดเร็วในการดำเนินชีวิต จึงทำให้มีประสบการณ์คุ้นเคยกับการเลือกซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้ออย่างเซเว่นอีเลฟเว่นอยู่เป็นประจำ อีกทั้งแบรนด์คนกลางหรือผู้จัดจำหน่ายอย่างเซเว่นอีเลฟเว่นยังเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงมานานและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นและเชื่อถือในชื่อเสียงของคนกลาง (Bashokouh, 2022; Erdem, & Swait, 2004) จึงเกิดความไว้วางใจและเื้ออานวยต่อการเชื่อถือแบรนด์ของสินค้าที่วางจำหน่ายในร้านได้โดยง่าย ประกอบกับในปัจจุบันนักการตลาดมักทำการตลาดโดยอาศัยวิธีการสร้างความน่าเชื่อถือในแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเป็นอย่างมาก หากแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่จัดวางจำหน่ายมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับที่ผู้บริโภคคาดหวัง โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือในการให้ข้อมูลทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ก็จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกยอมรับและเกิดความมั่นใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ แม้จะถูกจัดวางผลิตภัณฑ์ร่วมกันกับแบรนด์ผลิตภัณฑ์อื่นก็ตาม ความน่าเชื่อถือต่อแบรนด์ผลิตภัณฑ์จะผลักดันให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นต่อแบ

รณต์ผลิตภัณฑ์ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tilokavichai and Surmsub (2020) ที่ทำการศึกษาการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือนั้นทำให้ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ให้เป็นที่ประจักษ์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

5. ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยนี้ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของกลุ่มเจนเอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้มีการเก็บข้อมูลเฉพาะร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นเท่านั้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เน้นเฉพาะบางยี่ห้อและบางรสชาติที่มียอดขายสูงเท่านั้น จึงส่งผลให้ปัจจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชันวาย

นอกจากนี้ การที่ผลการวิจัยปรากฏผลเช่นนี้ ยังอาจเป็นเพราะผู้ที่บริโภคเวย์โปรตีนมักจะเป็นผู้ที่ออกกำลังกาย ผู้ที่ลดความอ้วนหรือควบคุมน้ำหนัก ดังนั้นการเลือกรับประทานของคนในกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่ระมัดระวังเกี่ยวกับปริมาณน้ำตาลเป็นอย่างมาก ซึ่งอาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนตามร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในแต่ละแบรนด์ที่วางจำหน่ายนั้น จะมีส่วนผสมของปริมาณน้ำตาลที่แตกต่างกัน ส่งผลทำให้ผู้ที่ดื่มเวย์โปรตีนเป็นประจำมีการเลือกซื้อเวย์โปรตีนที่เหมาะสมกับตนเอง และมักจะซื้อแบรนด์ที่ตนเคยซื้อซ้ำๆ อยู่เป็นประจำ ฉะนั้นผู้บริโภคจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากนัก เนื่องจากมีแบรนด์ในใจอยู่แล้วที่ซื้อเป็นประจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangsakrit (2022) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อแบรนด์ที่ผู้บริโภคให้ความเชื่อมั่นและแบรนด์ที่เคยซื้อเป็นประจำ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Buapanwilai (2020) ที่ศึกษาผลิตภัณฑ์สติกเกอร์สร้าง กลัพบพบว่าความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและมีการจัดแสดงสินค้าจะช่วยให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น และมีโอกาสที่จะทำให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรระมัดระวังในการนำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้อย่างไรให้เกิดประโยชน์ และเหมาะสมกับประเภทผลิตภัณฑ์ของตนเองและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ไดวางแผนเอาไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ปัจจัยด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ถึงแม้จะพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อก็ตาม แต่ก็พบว่าปัจจัยนี้ให้ผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการคิดค้นหรือพัฒนาส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสายผลิตภัณฑ์หรือรายการผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น เพื่อให้มีความหลากหลายในรูปแบบของการบริโภค อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนในรูปแบบสำเร็จรูปพร้อมดื่ม และรูปแบบผงสำหรับชง เป็นต้น นอกจากนี้ ธุรกิจควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดหรือประเภทให้มีความเฉพาะเจาะจงแก่กลุ่มผู้บริโภค หรือส่วนตลาดเป้าหมายที่ต้องการเข้าไปทำตลาดให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น มีการนำเสนอเวย์โปรตีนหลักๆ 3 ประเภทในตลาด ได้แก่

(1.1) เวย์โปรตีนคอนเซนเทรต (Whey Protein Concentrate: WPC) เป็นเวย์โปรตีนที่มีราคาถูกที่สุด มีระดับความเข้มข้นของเวย์โปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 50 มีไขมัน แลคโตส และเปปไทด์ชนิดที่ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันร่างกาย เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เพิ่งเริ่มต้นออกกำลังกาย ต้องการสร้างกล้ามเนื้อ และผู้ที่มีเป้าหมายในการเพิ่มน้ำหนัก

(1.2) เวย์โปรตีนไอโซเลต (Whey Protein Isolate: WPI) มีระดับความเข้มข้นของเวย์โปรตีนอยู่ที่ร้อยละ 95 โดยมีแลคโตสและไขมันน้อยที่สุด เวย์โปรตีนประเภทนี้เหมาะสำหรับผู้บริโภคทุกเพศที่ตั้งใจออกกำลังกายเพื่อควบคุมปริมาณคาร์โบไฮเดรตและไขมัน ผู้ที่ต้องการสร้างกล้ามเนื้อให้กระชับขึ้น กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการลดน้ำหนัก หรือใส่ใจกับสุขภาพและรูปร่างอย่างกลุ่มเจนเนอร์ชันวาย อายุ 27-42 ปี โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง เป็นต้น

(1.3) เวย์โปรตีนไฮโดรไลเสต (Whey Protein Hydrolysis: WPH) เป็นชนิดที่มีระดับความเข้มข้นของเวย์โปรตีนร้อยละ 99 มีราคาแพงที่สุด เพราะมีโมเลกุลเล็ก ง่ายต่อการดูดซึมของร่างกายในการนำไปใช้ ละลายน้ำได้ดีที่สุด และถูกย่อยในร่างกายได้เร็วที่สุด เสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันร่างกาย เหมาะกับผู้ป่วยโรคเมเร็ง เป็นต้น

นอกจากความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์เวย์โปรตีนในแต่ละประเภทแล้ว ผู้ประกอบการควรเพิ่มความหลากหลายของรายการผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมด้วย ได้แก่ การเพิ่มขนาด ปริมาณ รสชาติ และเวย์โปรตีนสูตรปริมาณน้ำตาลระดับความเข้มข้นต่างๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากกลุ่มตัวอย่างเจนเนอร์ชันวายในงานวิจัยนี้ ที่พบว่าเป็นผู้ที่บริโภคเวย์โปรตีนและมีการออกกำลังกายเป็นประจำ หรือผู้ที่ลดความอ้วนหรือควบคุมน้ำหนัก ดังนั้น จึงมีพฤติกรรมการบริโภคเวย์โปรตีนที่ให้ความระมัดระวังเกี่ยวกับปริมาณน้ำตาลเป็นอย่างมาก จึงมักจะเลือกซื้อแบรนด์ที่มีปริมาณน้ำตาลที่เหมาะสม และเคยซื้อเป็นประจำหรือคุ้นเคยเท่านั้น

2. ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการไขกลยุทธ์ในการตั้งราคาที่ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างของราคามากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงความคุ้มค่าของราคาที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี จึงจะส่งผลให้ผู้บริโภคเจนเนอร์ชันวายที่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน มีความระมัดระวังในการใช้จ่าย เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

3. ปัจจัยความสะดวกสบาย ในด้านการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการกระจายสินค้าให้มีความทั่วถึงหรือหลายช่องทางมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ ซึ่งเหมาะกับวิถีชีวิตและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอร์ชันวาย ที่ทำงานเป็นส่วนใหญ่และต้องการความสะดวกรวดเร็วในการดำรงชีวิต

4. ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ในการทำธุรกิจของทางองค์กรอาจจะไม่สามารถใช้เพียงแค่ชื่อเสียงที่ดีของแบรนด์ผลิตภัณฑ์ในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคได้เพียงอย่างเดียว ธุรกิจจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดีและมีความน่าเชื่อถือในแบรนด์ให้เกิดขึ้น ซึ่งทำได้โดยการหาหน่วยงาน องค์กร สัญลักษณ์รับรอง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นจากแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคให้เกิดขึ้นได้ รวมทั้งการใช้กลยุทธ์ตราสินค้าของคนกลางหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียงมาช่วยส่งเสริมการตลาด และถ่ายทอดความน่าเชื่อถือไปสู่ แบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนให้เกิดความน่าเชื่อถือของแบรนด์เพิ่มมากขึ้นได้

นอกจากนี้ ธุรกิจควรนำเสนอหรือให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาระบบฐานข้อมูลหรือฐานข้อมูลที่บ่งบอกรายละเอียดดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น อาจมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของเวย์โปรตีน ได้แก่ ช่วยลดน้ำหนัก ช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ ช่วยซ่อมแซมกล้ามเนื้อ ช่วยให้หัวใจแข็งแรง ช่วยรักษาเบาหวานชนิดที่ 2 ช่วยลดอาการอักเสบในร่างกาย ช่วยเสริมสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด และช่วยลดความหิว เป็นต้น เพื่อส่งเสริมการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และสร้างความน่าเชื่อถือของแบรนด์ให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการตลาดใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอร์ชันวายที่อยู่ในวัยทำงาน เป็นผู้ใหญ่ มีประสบการณ์ต่างๆ มาพอสมควร มีความคิดและพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ได้มีการศึกษาเพียงแค่กลุ่มประชากรเจนเนอร์ชันวายเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยสามารถศึกษากับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเจนเนอร์ชันวายอื่นๆ ที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น หรือมีความแตกต่างจากการวิจัยในครั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็น

เห็นถึงความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างในด้านความคิดเห็น พฤติกรรมการบริโภค พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ และข้อมูลอื่นๆ ที่สามารถเป็นประโยชน์ทางความรู้วิชาการต่อไปในอนาคต

2. ผู้วิจัยควรศึกษากลุ่มตัวอย่าง ในเขตพื้นที่จังหวัดอื่นๆ ที่แตกต่างออกไปให้มีความทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่อื่นๆ มากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การศึกษาในคนกลางหรือผู้จัดจำหน่ายในงานวิจัยครั้งถัดไป อาจมีการเก็บข้อมูลจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆ เพิ่มเติมให้มีหลากหลายแหล่ง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า และไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

4. จากการศึกษาในงานวิจัยในครั้งถัดไป ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทเวย์โปรตีนผ่านร้านสะดวกซื้อ เพื่อที่จะได้มีข้อมูลที่กว้างมากขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขององค์กรที่เกี่ยวข้องต่อไป

บรรณานุกรม

- An, J., Do, D. K. X., Ngo, L. V., & Quan, T. H. M. (2019). Turning Brand Credibility into Positive Word-of-Mouth: Integrating the Signaling and Social Identity Perspectives. *Journal of Brand Management*, 26(4), 395–409.
- Ariyawongsathidt, T., & Moohamad, K. (2020). Purchasing Behavior and Marketing Factors Affecting to Customer's Purchasing Decision of Medicine and Health Products at Drug Store in Nakhon Nayok Province. In *The 15th RSU National Graduate Research Conference*. Pathum Thani: Rangsit University.
- Bashokouh, M. (2022). The Effect of Brand Coolness and Brand Advocacy on the Brand. *Journal of Advertising and Sales Management*, 3(4), 89-99.
- Buapanwilai, S. (2020). Factors Affecting the Purchasing Decision for Building Material Products of Cementhai Home Mart Shop's Customer in Bangkok Area. *Journal of Educational Management and Research Innovation*, 2(2), 93-102.
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior. *Journal of Retailing*, 77(4), 511–535.
- Cochran, W.G. (1977) *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Digitory. (2023). *Who are Generation Y People?*. Retrieved from <https://digitorystyle.com/gen-y-working-style/>
- Erdem, T., & Swait, J. (2004). Brand Credibility, Brand Consideration, and Choice. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 191-198.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, N.J. : Pearson/Prentice-Hall
- Jirangsuwan, S. (2017). *The Factors Related to Consumer' Purchasing Behavior on the Convenience Stores : In Bangkok and Its Vicinities*. Retrieved from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/2422/1/TP%20MS.071%20256.pdf>
- Junlawong, S. (2022). *Factors Affecting Purchase Decision on Rice via Online Channels of Consumers in Thailand* (Master' s thesis). Ubon Ratchathani University. Retrieved from https://www.ubs.ubu.ac.th/thesis_detail.aspx?att_id=147
- Kasikornresearch. (2020). *Health Trend from Covid Create SME Business*. Retrieved from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Health.aspx>

- Keller, K., L. (2019). Consumer Research Insights on Brands and Branding: A JCR Curation. *Journal of Consumer Research*, 46(5), 995-1001.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lee, I., Choi, B., Kim, J., & Hong, S. J. (2007). Culture-Technology Fit: Effects of Cultural Characteristics on the Post-Adoption Beliefs of Mobile Internet Users. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 11–51.
<https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415110401>
- Levy, M., & Weitz, B. (2020). *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Limvattana, C. (2021). *Decisions that Influence the Purchase Dietary Supplement Proflex Whey Protein in Bangkok (Individual Study)*. Bangkok University. Retrieved from
http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/5157/1/chidchanok_limv.pdf
- Medparkhospita. (2023). *Whey Protein*. Retrieved from <https://www.medparkhospital.com/lifestyles/whey-protein>
- Minitab. (2021). *What is VIF?*. Retrieved from <https://solutioncenterminitab.com/blog/what-in-the-world-is-a-vif/>
- Nunthaegapong, W., & Panthong, S. (2022). Factors Affecting Decisions of Working-Age Population to Purchase Dietary Supplements from Convenience Stores in Bangkok. *Journal of Innovation and Management*, 7(1), 96-109.
- Patthaphi, C., & Boonyachi, Y. (2020). Marketing Mix and Consumer Behavior of Mywhey Protein Products in Bangkok. In *The 15th RSU National Graduate Research Conference* (pp. 285-287). Pathum Thani: Rangsit Cyber University, Rangsit University.
- Phongphrom, J. (2019). *Online Purchasing Decision Behavior: A Comparison of Lazada Applications and Shopee Applications*. Retrieved from http://www.mpa-mba.ru.ac.th/images/Project/treatisebangkok13_06102020/6117950094.pdf
- Phothisa, S. (2023). *Revealing the numbers of Thai people in each generation Important Variables for the 2023 Election*. Retrieved from <https://www.thaipbs.or.th/now/content/61>
- Phrabamrung, K. (2022). *Factors Affecting Buying Decision of Whey Protein in Online Platform of Generation Y in Bangkok (Individual Study)*. Mahidol University. Retrieved from
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4429>
- Phungbangkray, J. (2020). *The Study of Airline Convenience Effecting Toward Perceived Control* (Research report). Burapha University. Retrieved from https://digital_collect.lib.buu.ac.th/research/2565_146.pdf
- Sangsakrit, R. (2022). *Factors Affecting Decisions to Purchase Sunscreen Products through Online Channels of Consumers in Bangkok and Metropolitan Region*. Retrieved from <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-9/6214154038.pdf>
- Senariddhikrai, P. (2020). *5 Assumption for Regression*. Retrieved from <https://www.smartresearchthai.com/post/5-assumption-for-regression>
- Sinjaru, T. (2020). *Research on Causal Relationships (Causal Relationship)*. Retrieved from
https://soreda.oas.psu.ac.th/read_file.php?r=1156&n=7soreda.oas.psu.ac.th
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220

- Thai News Network. (2023). *Dietary Supplement-Vitamin Market Bright After Covid, Sales Soar, Trend for Health Lovers*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=RWpsk89JqlA>
- Tilokavichai, V., & Surmsub, A. (2020). Factors Influencing Purchase Decision Augmented Reality Card. *Journal of Accountancy and Management*, 12(2), 135–148. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/239941>
- Wanpen, S. (2012). *Factors Affecting Tenants towards Choosing Residences in Amphoe Fang, Changwat Chiang Mai* (Individual Study). Chiang Mai University. Retrieved from <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:118498>

Received: 03-03-2025
Revised: 23-05-2025
Accepted: 04-06-2025

อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชน
กรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19

Influence of Factors Affecting People 's Life and Health Insurance Purchase
Decision-Making Process in Bangkok during Covid 19 Pandemic Situation

ธนภัทร ศรีเลิศฟ้า^{*1}

Tanapat Srilerdfa

truecrimsonlight@gmail.com

นรินทร์ เนืองวัง²

Neeranuch Nuengwang

neeranuch.ne@western.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 (2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 (3) พัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 รูปแบบงานวิจัยเป็นแบบผสมวิธีประกอบด้วยงานวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือกลุ่มประชากรที่เคยซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก และทำการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและตัวแทนประกันชีวิตจำนวน 20 คน มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ วิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมานโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย พบว่า (1) ประชากรที่มีรายได้ต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2563 - 2564 แตกต่างกัน ($p < 0.05$) ส่วนประชากรที่มีอายุและรายได้ต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในช่วงปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 แตกต่างกัน ($p < 0.05$) (2) กระบวนการตัดสินใจได้รับอิทธิพลรวมจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก = 0.554, 0.339, 0.082

* Corresponding Author

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวัชรพล

Student in Doctor of Business Administration, Western University Watcharapol Campus

² หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวัชรพล

Doctor of Business Administration Program, Western University Watcharapol Campus

(การระบาด พ.ศ.2563 - 2564) และ 0.681, 0.215, 0.102 (การระบาด พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566) ตามลำดับ ($p < 0.05$) สรุปได้ว่าทั้ง 3 ปัจจัยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 (3) โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C และ กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าสถิติไค-สแควร์เท่ากับ 166.134 ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์เท่ากับ 1.932 ดัชนี GFI เท่ากับ 0.953 ดัชนี AGFI เท่ากับ 0.926 ค่าRMSEA เท่ากับ 0.048 (การระบาดพ.ศ.2563 - 2564) ค่าสถิติไค-สแควร์เท่ากับ 169.436 ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์เท่ากับ 2.092 ดัชนี GFI เท่ากับ 0.951 ดัชนี AGFI เท่ากับ 0.918 ดัชนี RMSEA เท่ากับ 0.052 (การระบาดพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566) ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ (การระบาดพ.ศ.2563 - 2564) เท่ากับร้อยละ 84 และร้อยละ 88 (การระบาดพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566) หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพได้ร้อยละ 84 และร้อยละ 88

คำสำคัญ: อิทธิพลของปัจจัย, กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพ, การระบาดของโควิด 19, ปัจจัยภายนอก, ปัจจัยภายใน, ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C

Abstract

The objectives of this research are (1) study demographic characteristics that affect the decision-making process for purchasing life and health insurance for the people of Bangkok during Covid-19 Pandemic Situation. (2) study the influence of factors affecting the decision-making process of purchasing life and health insurance of Bangkok residents during the Covid-19 pandemic situation. (3) develop a causal relationship model of external factors, internal factors, and 4c marketing mix factors that affect the decision-making process of purchasing life and health insurance for Bangkok residents during the Covid-19 pandemic situation. The research design is a mixed method consisting of quantitative and qualitative research. The population used in the quantitative research was a population of 400 people who had purchased life and health insurance in Bangkok by convenience sampling and distributed questionnaires online. The qualitative research used in-depth interviews with 20 life insurance executives and agents. Data were analyzed using descriptive statistics including frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and analyzing hypotheses with inferential statistics using the Pearson correlation coefficient, structural equation model analysis and content analysis for qualitative data.

The research results found that (1) the population with different incomes had different decision-making processes for purchasing life insurance and health insurance during the COVID-19 outbreak situation in 2020 – 2021 ($p < 0.05$), while the population with different ages and incomes had different decision-making processes for purchasing life insurance and health insurance during the COVID-19 outbreak situation in 2022 - October 2023 ($p < 0.05$). (2) The decision-making process is influenced by the 4C marketing mix factors, internal factors and external factors = 0.554, 0.339, 0.082 (2020 - 2021 outbreak) and 0.681, 0.215, 0.102 (2022 - October 2023 outbreak) respectively ($p < 0.05$). It can be concluded that all 3 factors show a direct and positive influence on the decision-making process for purchasing life insurance and health insurance in the COVID-19 outbreak situation. (3) The relationship model between external factors, internal factors, 4C marketing mix factors, and the decision-making process for purchasing life insurance and health insurance is consistent with empirical data with a chi-square statistic value of 166.134. The relative chi-square statistic is equal to 1.932. The GFI index is equal to 0.953. The AGFI index is equal to 0.926. The RMSEA index is equal to 0.048 (2020 - 2021 outbreak). The chi-square statistic is equal to 169.436. The relative chi-square statistic is equal to 2.092. The GFI index is equal to 0.951. The AGFI index is equal to 0.918 RMSEA value equal to 0.052 (2022 outbreak - October 2023). Predictive coefficient (R^2) of the decision-making process for purchasing life insurance and health insurance. (Outbreak 2020 - 2021) is equal to 84% and 88% (Outbreak 2022 - October 2023) or the variables in the model can explain 84% and 88% of the variance in the decision-making process for purchasing life insurance and health insurance.

Keywords: Factors Affecting People's Life and Health Insurance, Purchase Buying Decision-Making Process, Covid 19 Pandemic Situation, External factors, Internal factors, 4C Marketing Mix,

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตั้งแต่ในช่วงต้นปี พ.ศ.2563 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ได้ทวีความรุนแรงและขยายขอบเขตไปหลายประเทศทั่วโลกอย่างรวดเร็วรวมทั้งประเทศไทย องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศให้โควิด 19 เป็นการแพร่ระบาดครั้งใหญ่ (Pandemic) เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ.2563 โดยประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อรายแรกวันที่ 13 มกราคม พ.ศ.2563 (Department of

Disease Control, 2020) การระบาดของยววงกว้างขึ้นทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศจนถึงปัจจุบันจำนวนผู้ติดเชื้อในประเทศไทย ณ วันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ.2567 มีจำนวนรวม 4,805,764 คน เสียชีวิต 34,736 คน (0.7%) (Department of Disease Control, 2024) การระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อเศรษฐกิจโดยรวมถึงประเทศไทย ธุรกิจภาคบริการ การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบรุนแรง และธุรกิจประกันชีวิตเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการระบาดของโควิด 19 โดยภาพรวมธุรกิจประกันชีวิตในปี พ.ศ.2563 เติบโตอยู่ในช่วงชะลอตัวมีเบี้ยประกันภัยรับรวมเติบโตลดลงร้อยละ 1.75 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2562 ภาพรวมปี พ.ศ.2564 เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.32 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2563 ภาพรวมปี พ.ศ.2565 เติบโตลดลงร้อยละ 0.45 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2564 และในปี พ.ศ.2566 เบี้ยประกันภัยรับรวมเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 สำหรับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่ได้รับความนิยมและมีอัตราการเติบโตมากขึ้นในปี พ.ศ.2566 คือ สัญญาเพิ่มเติมประกันสุขภาพและคุ้มครองโรคร้ายแรง ที่มีเบี้ยประกันภัยรับรวมเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.93 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.33 ซึ่งสาเหตุมาจากการที่ประชาชนใส่ใจดูแลสุขภาพและเริ่มตระหนักถึงความสำคัญในการทำประกันสุขภาพมากขึ้น เพื่อบริหารความเสี่ยงและรับมือกับค่ารักษาพยาบาลที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจประกันชีวิตและประกันสุขภาพในช่วงโควิด 19 นั้นนอกจากการระบาดของโรคยังมีปัจจัยอื่นๆ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (Pribwai, & Sunanchai, 2016) มาเกี่ยวข้อง ปัจจัยภายในได้แก่ ความต้องการส่วนบุคคลและครอบครัว เช่น เงินประกันชีวิตเป็นค่าใช้จ่ายครั้งสุดท้ายของชีวิต เป็นค่าใช้จ่ายเลี้ยงดูและทุนการศึกษาบุตรให้จบการศึกษาและสามารถเลี้ยงดูตนเองได้ หรือเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อทดแทนรายได้ครอบครัวหากคู่สามีภรรยาคนใดคนหนึ่งจากไป ประการสุดท้ายเป็นรายได้ยามเกษียณอายุซึ่งเป็นเงินก้อนสำคัญที่จะเป็นค่าใช้จ่ายยามชรา ส่วนปัจจัยภายนอกแบ่งเป็นสี่กระตุ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก และสี่กระตุ้นทางการตลาด สี่กระตุ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การสนับสนุนจากภาครัฐ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ส่วนสี่กระตุ้นทางการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย (Kotler, & Armstrong, 1994) ในช่วงโควิด 19 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้ประชาชนใช้จ่ายใช้สอยลดลง และเก็บออมเงินเพื่อไว้ใช้จ่ายเป็นอาสส่งผลให้ผู้บริโภคที่จะซื้อประกันชีวิตน้อยลง นอกจากนี้การปรับอัตราดอกเบี้ยธนาคารให้ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยคณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติให้อัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารอยู่ที่ 0.5% ตั้งแต่ปี พ.ศ.2563 - 2565 (Bank of Thailand, 2020; Bank of Thailand, 2024) ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มออมเงินด้วยการฝากธนาคารน้อยลง แต่เลือกที่จะทำประกันชีวิตควบการลงทุนซึ่งอาจได้ผลตอบแทนมากกว่าฝากธนาคาร หรือเลือกที่จะประกันสุขภาพมากขึ้นในช่วงวิกฤตโควิด 19 เนื่องจากความคุ้มครองที่ครอบคลุมทั้งโรคโควิด 19 โรคอุบัติใหม่ โรคเมเร็งและโรคร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

นอกจากนี้ในปี พ.ศ.2566 การที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ “สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์”คือประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนมากกว่า 20% ของประชากรทั้งประเทศ (Department of Older Persons, 2023) คือประเทศไทยมีผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) จำนวน 13,064,929 คน หรือร้อยละ 20.08 ของประชากรทั้งหมด จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ประชาชนจะต้องมีการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ ทั้งในด้านการเงิน การออม และการมีสุขภาพที่ดี ปัจจัยทางด้านการสนับสนุนของภาครัฐที่ช่วยให้ผู้ซื้อประกันสามารถนำเบี้ยประกันภัยมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มาตราการรัฐในการดูแลผู้ป่วยโควิด 19 และปัจจัยความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่บริษัทประกันชีวิตต่างๆนำมาพัฒนาธุรกิจประกันภัยทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทประกันได้ง่ายขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) เช่น ธุรกิจประกันชีวิตจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 4 อย่าง (McCarthy, 1960) ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotions) นอกจากนี้การที่ยุคสมัยเปลี่ยนไปโดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 การดำเนินชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และชีวิตวิถีถัดไป (Next Normal) ของคนในสังคมจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการตลาดที่ปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีที่ทันสมัย การตลาดที่มุ่งเน้นไปในมุมมองของผู้ขายเพียงฝ่ายเดียวอาจไม่สอดคล้องกับหลักการตลาดที่หันมาเน้นเรื่องผู้บริโภค

(Consumer Orientation) คือ การมุ่งเน้นที่ลูกค้าเป็นสำคัญ (Lauterborn, 1990) เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้นโดยเน้นไปที่ผู้บริโภค ค่าใช้จ่ายต้นทุนของผู้บริโภค ความสะดวกสบายในการซื้อ และการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครโดยเน้นผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ในสองช่วงเวลาคือช่วงพ.ศ.2563 - 2564 เป็นช่วงที่เริ่มมีการระบาดของโควิด 19 ซึ่งการระบาดของโรครวดเร็วรุนแรงมีผู้ป่วยจำนวนมาก มีปัญหาในการเข้ารับการรักษาพยาบาล และการระบาดในช่วงต่อมาในปี พ.ศ.2565 - 2566 ซึ่งโรคไม่รุนแรงแม้จำนวนผู้ป่วยยังมีจำนวนมากแต่ไม่ต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล ซึ่งมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขในการรับมือสถานการณ์โควิด 19 (Division of Health Economics and Health Security, 2020) และหลักเกณฑ์การเบิกจ่ายสำหรับผู้ติดเชื้อโควิดของภาคธุรกิจประกันชีวิตทั้งสองช่วงเวลาก็แตกต่างกัน (The Thai Life Assurance Association, 2022)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19
3. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 แตกต่างกัน
2. ปัจจัยภายนอก ด้านเศรษฐกิจ สังคม การสนับสนุนของภาครัฐ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19
3. ปัจจัยภายใน ด้านบุคคลและครอบครัว มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19
4. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

Mathur (2022) กล่าวว่าประชากรศาสตร์ คือ ลักษณะของประชากรที่ได้รับการจำแนกตามเกณฑ์ที่กำหนด เช่น อายุ เพศ และรายได้ เพื่อวิจัยคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบริษัท องค์กร และรัฐบาลในการตัดสินใจ ธุรกิจอาจใช้ข้อมูลนี้เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ในขณะที่รัฐบาลสามารถใช้ข้อมูลนี้เพื่อกำหนดนโยบายสาธารณะ การแบ่งกลุ่มตามข้อมูลประชากรจะแยกตลาดออกเป็นส่วนย่อยๆ ตามตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ และรายได้ แทนที่จะเข้าถึงตลาดทั้งหมด บริษัทจะใช้กลยุทธ์นี้เพื่อกำหนดเป้าหมายไปยังกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในตลาดนั้น บริษัทต่างๆ อาจใช้เวลาและทรัพยากร

ของตนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการแบ่งส่วนตลาดออกเป็นส่วนย่อยๆ โดยแต่ละส่วนมีตัวแปรร่วมกันทำให้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับตลาดในอนาคตและใช้การปรับเปลี่ยนโฆษณาให้เหมาะกับแต่ละบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler and Armstrong (1994) ได้อธิบายถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) โดยอาศัยโมเดลสิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง (The Stimulus-Response Model) ว่าผู้ซื้อเป็นนักคิดและแก้ปัญหาที่ตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายนอกและภายในเพื่อตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่ โดยทฤษฎีแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimuli External Factor) แบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) คือสิ่งกระตุ้นจากส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นสิ่งที่วางแผนและสร้างโดยบริษัทจัดให้ขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคให้ความสนใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ เป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2 สิ่งกระตุ้นจากสภาพแวดล้อม (Environmental Stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นที่ไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย เศรษฐกิจ (Economic) เทคโนโลยี (Technology) การเมือง (Political) และวัฒนธรรม (Cultural)

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (The Buyer's Blackbox) เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการตอบสนองของผู้ซื้อในด้านต่างๆ โดยกล่องดำ (The Buyer's Blackbox) ประกอบด้วยปัจจัย 2 ประเภทได้แก่ 2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ (1) อิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural) (2) ปัจจัยด้านสังคม (Social) (3) ปัจจัยด้านบุคคล (Personal) (4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological) ของผู้ซื้อ 2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer decision process) เป็นปัจจัยภายในที่ประกอบด้วยขั้นตอนการรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล (Information Search) เพื่อประกอบการตัดสินใจ การประเมินทางเลือก (Alternate Evaluation) การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

3. การตอบสนองของผู้ซื้อในด้านต่างๆ (The Buyer's Buying Decision) หลังจากที่ได้ผ่านสิ่งกระตุ้นจนถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อแล้ว ผู้ซื้อจะมีการตอบสนอง 5 ด้าน ได้แก่ (1) การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ (product choice) (2) การตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่จะซื้อ (brand choice) (3) การตัดสินใจเลือกร้านค้าที่จะซื้อ (dealer choice) (4) การตัดสินใจในปริมาณที่จะซื้อ (purchase quantity) (5) ช่วงเวลาในการซื้อ (purchase timing)

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาดเป็นแกนหลักสำคัญของกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือสำคัญ ที่นำไปสู่การตัดสินใจในตลอดกระบวนการของธุรกิจจนส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค ซึ่งหลักการตลาดที่เป็นพื้นฐานหรือ 4P's ที่พัฒนาแนวคิดโดย Mc Carthy (1960) ที่นักการตลาดทุกคนรู้จักกันเป็นอย่างดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (Carniel, 2022)

Lauterborn (1990) ได้เพิ่มเติมโมเดล 4P ที่เน้นสินค้าเป็นศูนย์กลาง (Product - Centric Approach) มาเป็น โมเดล 4C ที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer- Centric Approach) ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น เรียกว่า The 4Cs of Marketing Mix โดย Product (ผลิตภัณฑ์) ถูกแทนที่ด้วย Consumer " ความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค " Price (ราคา) ถูกแทนที่ด้วย Cost ซึ่งจะแทนที่ราคาทั้งหมด มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุน ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงต้นทุนของลูกค้า ต้นทุนในการรับสินค้าใหม่ บริการ และลูกค้าที่ไม่ได้เลือกผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง Place (การเข้าถึง) ถูกแทนที่ด้วย Convenience " ความสะดวก " ซึ่งมีความสำคัญน้อยลงเรื่อยๆ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของอินเทอร์เน็ตและโหมดการซื้อที่หลากหลาย การใช้งานง่ายคำนึงถึงการซื้อผลิตภัณฑ์ การค้นหาผลิตภัณฑ์ การค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง Promotionถูกแทนที่ด้วย Communication "การสื่อสาร " ซึ่งแสดงถึงเป้าหมายที่กว้างกว่าการตลาดเพียงอย่างเดียว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Kotler and Keller (2012) ได้กล่าวถึงรูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The Buyer Decision Process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ หมายถึง การทำประกันชีวิตและสุขภาพเป็นเครื่องมือสำคัญของการวางแผนทางการเงินที่ช่วยลดความเสี่ยงจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยจะเป็นการชดเชยค่ารักษาพยาบาลไม่ว่าจะเป็นการเจ็บป่วยจากโรคร้ายหรืออุบัติเหตุ เนื่องมาจากผู้บริโภคมีความหวาดกลัวและความไม่มั่นคงอันเกิดจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 โดยที่สวัสดิการขั้นพื้นฐานของภาครัฐอาจยังไม่ครอบคลุมตามที่ประชาชนต้องการ จึงมีความต้องการทำประกันชีวิตและสุขภาพ

2. การแสวงหาข้อมูล หมายถึง การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตและสุขภาพ โดยศึกษาข้อมูลจากตัวแทนประกันชีวิต เพื่อนหรือญาติที่เคยซื้อประกัน และจากข่าวสาร หรือสื่อสังคมออนไลน์

3. การประเมินทางเลือก หมายถึง การเลือกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและสุขภาพ ที่ตรงกับความต้องการของประชาชนผู้ตัดสินใจจะทำประกันชีวิต

4. การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและสุขภาพ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนที่จะซื้อประกันชีวิตและสุขภาพได้ดีที่สุด

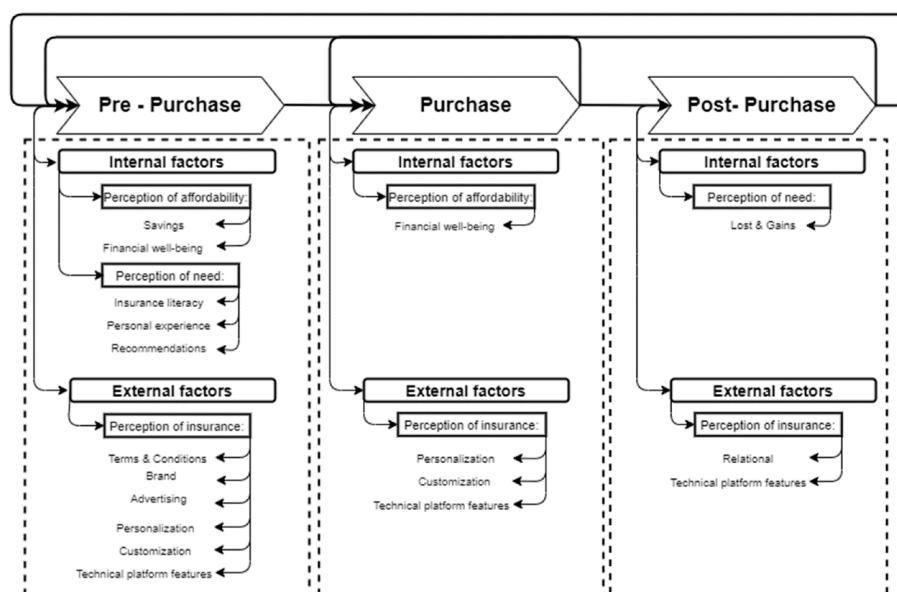
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ หมายถึง ประชาชนมีความพึงพอใจหลังการทำประกันชีวิตและสุขภาพและสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆเพิ่มเติมในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจประกันชีวิต

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสนอขายกรมธรรม์ประกันชีวิต ประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้ (1) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (2) ปัจจัยทางด้านสังคม (3) ปัจจัยทางด้านการสนับสนุนของภาครัฐทางมาตรการภาษี (4) ปัจจัยทางด้านความต้องการส่วนบุคคล ครอบครัว (5) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Pribwai, & Sunanchai, 2016)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Baranauskas and Raisiene (2021) ได้รวบรวมองค์ประกอบสำคัญและกระบวนการตัดสินใจทำประกันภัยตามขั้นตอน คือ ก่อนซื้อ การซื้อและภายหลังการซื้อของผลงานวิจัยหลายๆงาน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนหลัก และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยและการตัดสินใจของลูกค้าผ่านขั้นตอนต่างๆ (ภาพที่ 1) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วปัจจัยทั้งหมดที่มีอิทธิพลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเกิดจากปัจจัยภายในซึ่งเกี่ยวข้องกับการประเมินความต้องการทำประกันภัยส่วนบุคคล สถานะทางการเงิน ความสามารถในการจ่ายเงินและประสบการณ์ที่มีต่อผู้ให้บริการประกันภัยทั้งในอดีตและปัจจุบัน กลุ่มที่สองเกิดจากปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันจากมุมมองทางด้านกฎหมาย การตลาด และด้านเทคนิค ปัจจัยที่มุ่งเน้นทางด้านการเงินและการตลาดมีบทบาทสำคัญในขั้นตอนก่อนการซื้อและมีอิทธิพลในช่วงการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้าย นอกจากนี้ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมทางดิจิทัลมีอิทธิพลอย่างมากต่อห่วงโซ่คุณค่าการประกันภัย และการจัดการประสบการณ์ของลูกค้าสมัยใหม่ ตรงกันข้ามกับปัจจัยทางด้านกฎหมาย ข้อมูล ความสัมพันธ์ หรือประชากรศาสตร์ ปัจจัยเหล่านี้ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญเท่าเทียมกันต่อกระบวนการตัดสินใจทำประกันภัยทั้ง 3 ขั้นตอน การพัฒนาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์มือถือ และรูปแบบแผนการธุรกิจดิจิทัลอย่างเข้มข้น ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า แบบประกันที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือการที่ลูกค้าสามารถเลือกแบบประกันให้เป็นไปตามความต้องการของตนเอง ตามความคาดหวังและประสบการณ์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 1 Features and background of the insurance decision-making process.

(ที่มา Allodi, Cervellati, & Stella, 2020.)

การระบาดของโควิด 19

การระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยเริ่มตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม พ.ศ.2563 กรมควบคุมโรคได้แบ่งการแพร่ระบาดเป็น 5 ระลอก ซึ่งการศึกษานี้ให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามเป็น 2 ช่วง คือการระบาดระลอกที่ 1 - 4 (พ.ศ.2563 - 2564) และการระบาดระลอกที่ 5 (5 มค. พ.ศ.2565 - 31 ตุลาคม 2566) ซึ่งถึงแม้รัฐบาลจะประกาศยกเลิกโควิด 19 จากการเป็นโรคติดต่ออันตรายให้เป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวังก็ตามสถิติจำนวนผู้ป่วยตั้งแต่การระบาดระลอกที่ 5 เป็นต้นมายังพบผู้ป่วยถึง 2,535,585 ราย

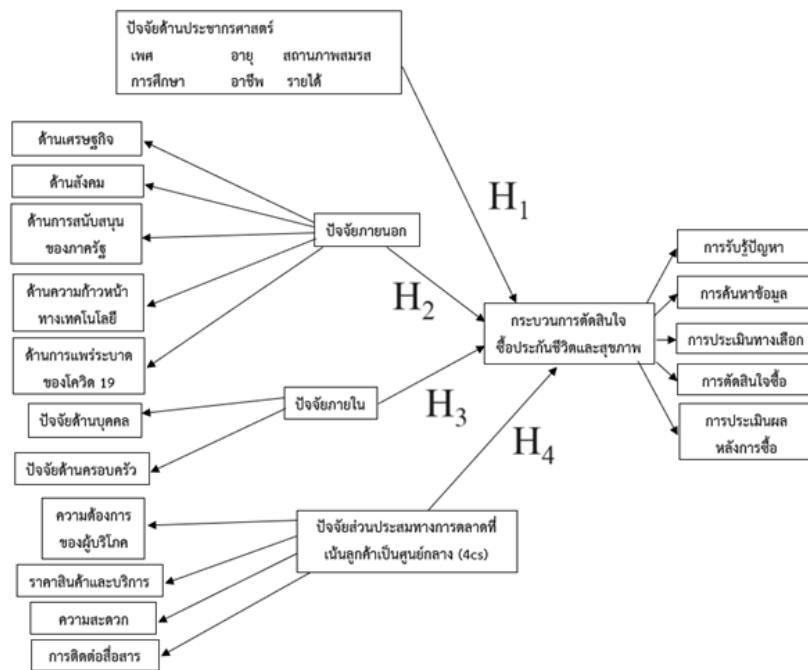
ตารางที่ 1 แสดงการระบาดของโควิด 19 จำนวนผู้ป่วยและผู้เสียชีวิต (พ.ศ.2563 - พ.ศ.2566)

การระบาดโควิด19	วัน/เดือน/ปี	จำนวนผู้ป่วย (ราย)	จำนวนผู้ป่วย/ วัน(ราย)	เสียชีวิต(ราย)	อัตราการตาย(%)
ระลอกที่ 1	13 มค.63 – 14 ธค.63 11 เดือน (347 วัน)	4,327	13	60	1.4
ระลอกที่ 2	15 ธค.63 -31 มีค.64 3.5 เดือน (107 วัน)	24,626	230	34	0.13
ระลอกที่ 3	1 เมย.64 – 20 พค.64 2 เดือน (50 วัน)	90,722	1,814	609	0.67
ระลอกที่ 4	21 พค.64 – 4 มค.65 7.5 เดือน (229 วัน)	2,144,854	9,366	21,141	0.98
ระลอกที่ 5	5 มค.65 - 31 ตค.66 22 เดือน (300 วัน)	2,535,585	8,451	12,046	0.47

ที่มา: กรมควบคุมโรค พ.ศ.2563 - พ.ศ.2567

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รวมถึงงานวิจัยที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยและการตัดสินใจของลูกค้าผ่านขั้นตอนต่างๆ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Baranauskas and Raisiene (2021); Dipti and Baser, 2022; Khanna, Patil, and Kotle (2022); Guan, Yusuf, and Ghani (2020); Dodamgoda and Canagasabey (2019); Stankevich (2016) มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) มีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS โดยการใช้เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) (Schumacker, & Lomax, 1996) ที่นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยมใช้คือใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 - 20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มประชากรที่เคยซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองจำนวน 16 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย $20 \times 16 = 320$ ตัวอย่างแต่เพื่อให้ครอบคลุมแบบสอบถามที่ขาดความสมบูรณ์ หรือสูญหายไป หรือไม่ตอบกลับมา ผู้วิจัยจึงได้กำหนดการเก็บตัวอย่างเพิ่มขึ้นจากขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้อีกร้อยละ 25 ดังนั้นการจัดเก็บตัวอย่างข้อมูลในการศึกษานี้จึงมีขนาดตัวอย่างของข้อมูลที่ต้องจัดเก็บทั้งหมด จำนวน 500 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 89 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าที่กำหนดไว้เดิม 320 ชุด ถือว่าผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) เมื่อได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการแล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) และทำการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยใช้

บริการจากเว็บไซต์ เซอร์เวย์มังก์ (http://www.surveymonkey.com) ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการส่งลิงค์แบบสอบถาม (https://www.surveymonkey.com/r/CB7SVXW) ให้กับกลุ่มประชากรที่เคยซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยแจกแบบสอบถามตั้งแต่เดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2566 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการศึกษา แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอนคือ (1) บัณฑิตด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (2) บัณฑิตภายนอกที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ได้แก่ บัณฑิตทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ- ด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การแพร่ระบาดของโควิด 19 จำนวน 20 ข้อ (3) บัณฑิตภายในที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ได้แก่ บัณฑิตด้านบุคคล และบัณฑิตด้านครอบครัว จำนวน 5 ข้อ (4) บัณฑิตส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 4C ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ได้แก่ ความต้องการผู้บริโภค (Consumer) ราคาสินค้าและบริการ (Cost) ความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าและการเข้าถึงบริการ (Convenience) และการติดต่อสื่อสาร (Communication) จำนวน 17 ข้อ (5) กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมหลังการซื้อ จำนวน 25 ข้อ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องตอบคำถามทั้งสองช่วงเวลา แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency) พบว่า แบบสอบถามทั้งสองช่วงเวลามีค่า IOC 0.68 - 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.969 (การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2563 - 2564) และ 0.966 (การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566) ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้เชื่อถือได้และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างได้ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามปลายปิดใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบ Multiple rating scale แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

หลังจากตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของคำตอบและทำการลงรหัสข้อมูลให้เป็นตัวเลขทั้งหมดแล้วได้ทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS 24.0 และ AMOS 24.0 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นการแสดงลักษณะค่าสถิติพื้นฐานทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา จำนวน ประเภท และบริษัทที่ถือครองกรรมสิทธิ์ นำเสนอในรูปแบบคำร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบัณฑิตภายนอก บัณฑิตภายใน บัณฑิตส่วนผสมการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพโดยใช้สถิติคำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์เชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของบัณฑิตด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์ระบาดของโควิด 19 โดยจำแนกตามบัณฑิตด้านประชากรศาสตร์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือค่าเอฟ (F-test) สำหรับตัวแปรที่แบ่งกลุ่มได้มากกว่า 2 กลุ่ม โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์ระบาดของโควิด 19 ประกอบด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างบัณฑิตภายนอก บัณฑิตภายใน บัณฑิตส่วนผสมทางการตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์บัณฑิตที่มีอิทธิพลเชิงสาเหตุที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 และการปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหาร ซึ่งมีตำแหน่งต่างๆ ได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการหน่วย (Assistant Unit Manager) ผู้จัดการหน่วย (Unit Manager) ผู้จัดการภาค (District Manager) ผู้จัดการภาคอาวุโส (Senior District Manager) ผู้อำนวยการภาค (District Director) ผู้อำนวยการภาคอาวุโส (Senior District Director) กรรมการบริหารภาค (Executive District Director) จำนวน 10 คน และ ตัวแทนประกันชีวิตจำนวน 10 คน จากบริษัทเอไอเอ บริษัทไทยประกันชีวิต บริษัทพรุเด็นเชียล และบริษัทกรุงไทยเอ็กซ์ซ่า ซึ่งอยู่ใน 10 อันดับบริษัทประกันชีวิตที่มีมาร์เก็ตแชร์สูงสุดเมื่อสิ้นปี 2564 (Businessplus, 2022)

สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพนั้นเมื่อสร้างแบบสัมภาษณ์แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) พบว่า ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์มีตั้งแต่ 60% ขึ้นไป (IOC > 0.50) แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อในแบบสัมภาษณ์มีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและมีความเหมาะสม มีความชัดเจนของภาษา และครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาจึงสามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2567

แบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 7 ส่วนได้แก่ (1) ปัจจัยส่วนบุคคล (2) อิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ ด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ด้านการแพร่ระบาดของโควิด 19 (3) อิทธิพลของปัจจัยภายในที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านบุคคล และครอบครัว (4) อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง 4 C ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภค ราคาสินค้าและบริการ ความสะดวก และการติดต่อสื่อสาร (5) กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของลูกค้าตั้งแต่การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและการประเมินผลหลังการซื้อ (6) ลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านต่างๆที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ (7) ในมุมมองของผู้ขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและประกันสุขภาพควรมีการพัฒนาด้านราคา ด้านบริการ ด้านความสะดวกในการซื้อและด้านการติดต่อสื่อสารอย่างไรบ้าง หลังจากได้ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวบรวมประเด็นที่สนับสนุนหรือข้อแตกต่างที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 64.5 มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 23 - 46 ปี ร้อยละ 48.8 สถานภาพสมรสร้อยละ 56 การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรีร้อยละ 53 อาชีพพนักงานหน่วยธุรกิจเอกชนร้อยละ 22.8 อาชีพรับราชการร้อยละ 20.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 55,000 บาทร้อยละ 26.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 35,000 บาทร้อยละ 26 ถือครองกรรมสิทธิ์ 1 กรรมสิทธิ์ร้อยละ 30.8 บริษัท AIA เป็นบริษัทที่ถือครองกรรมสิทธิ์มากที่สุดร้อยละ 48.3 เป็นกรรมสิทธิ์ประเภทออมทรัพย์มากที่สุดร้อยละ 31.6 กรรมสิทธิ์ประเภทประกันชีวิตควบคู่สัญญาเพิ่มเติมสุขภาพ/โรคร้ายแรง/ชดเชยการขาดรายได้/ประกันสุขภาพเหมาจ่ายร้อยละ 25.5

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C ในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2563 - 2564 และ พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C ในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2563 - 2564 และ พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566

ตัวแปร	พ.ศ.2563 - 2564				พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ปัจจัยภายนอก	4.00	0.59	มาก	2	3.92	0.59	มาก	3
2. ปัจจัยภายใน	4.04	0.72	มาก	1	4.07	0.70	มาก	1
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C	3.97	0.59	มาก	3	4.00	0.59	มาก	2

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C ในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2563 - 2564 และช่วงปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากแต่ลำดับความสำคัญมีความแตกต่างกัน โดยความสำคัญของปัจจัยภายในอยู่ในอันดับ 1 ทั้งสองช่วงเวลา ส่วนปัจจัยภายนอกในช่วงปี พ.ศ.2563 - 2564 มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 แต่ในช่วงปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 มีความสำคัญเป็นอันดับ 3 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C ในช่วงปี พ.ศ.2563 - 2564 มีความสำคัญเป็นอันดับ 3 แต่ในช่วงปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 มีความสำคัญเป็นอันดับ 2

ปัจจัยภายนอกด้านสังคม มีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในภาพรวมอยู่ในอันดับ 1 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.64 และ $\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า เรียงลำดับเหมือนกันทั้งสองช่วงเวลา อันดับที่ 1 ได้แก่การเข้าสู่สังคมสูงอายุมีผลให้รายจ่ายด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.67 และ $\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.66) อันดับที่ 2 เมื่ออายุมากขึ้นอาจมีโรคเรื้อรังเช่นเบาหวาน ความดันโลหิตสูง ไขมันในเลือดสูงและอาจมีโรคแทรกซ้อนตามมาทั้งด้านหัวใจ ไต สมอและหลอดเลือดมีส่วนทำให้เกิดตัดสินใจซื้อการประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.83 และ $\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.81) อันดับที่ 3 สภาพสังคมปัจจุบันที่วิถีชีวิตแบบต่างคนต่างอยู่ หรือแบบครอบครัวเดี่ยวทำให้ต้องพึ่งพาตนเองมากขึ้นเมื่อถึงวัยเกษียณ มีส่วนทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.85 และ $\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.85) อันดับที่ 4 การที่ปัจจุบันประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ คนไทยอายุยืนมากขึ้น ทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.90 และ $\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.88) และการทำประกันแบบเงินได้ประจำ/แบบบำนาญ เป็นเครื่องมือออมเงินที่เหมาะสมเพื่อไว้ใช้ในวัยเกษียณอายุ ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.91 และ $\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.89) อยู่ในอันดับที่ 5

ด้านการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 อยู่อันดับ 2 ในช่วงปี พ.ศ.2563 - 2564 ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.90) และเป็นอันดับ 5 ช่วงปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ความรุนแรงและอันตรายของโรคโควิด 19 มีส่วนในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ อยู่ในอันดับที่ 1 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.97 และ $\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.97) จำนวนผู้ป่วยต่อวันมีส่วนในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 1.00) อยู่ในอันดับที่ 2 (พ.ศ.2563 - 2564) ท่านไม่เชื่อมั่นในบริการจากภาครัฐในเรื่องของการเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลเมื่อป่วยเป็นโควิด ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 1.10) อยู่ในอันดับที่ 3 แต่ในช่วงปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 2 คือ

ท่านไม่เชื่อมั่นในบริการจากภาครัฐในเรื่องของการเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลเมื่อป่วยเป็นโควิด ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 1.04) และจำนวนผู้ป่วยต่อวันในการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีส่วนในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.97) อยู่ในอันดับที่ 3

ด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 อยู่ในอันดับ 3 ในช่วงปี พ.ศ.2563 – 2564 ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.61 และเป็นอันดับ 2 ช่วงปี พ.ศ. 2565 - ตุลาคม 2566 ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า เหมือนกันทั้งสองช่วงปี อันดับ 1 คือราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้นจากอัตราเงินเฟ้อของไทยที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ค่าครองชีพและรายจ่ายครัวเรือนสูงขึ้นเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.93 และ $\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.90) รองลงมาได้แก่การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพเพื่อครอบคลุมการเจ็บป่วยในอนาคตเนื่องจากเงินเฟ้อของค่ารักษาพยาบาลมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.95 และ $\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.91) ประกันแบบออมทรัพย์จะได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝากจากธนาคาร ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.92 และ $\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.91) และประกันชีวิตควบการลงทุนจะได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝากจากธนาคาร ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.94 และ $\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.94)

ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ เป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 อยู่ในอันดับ 4 ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.72) พ.ศ.2563 - 2564 และพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 อยู่ในอันดับ 3 ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า มาตรการที่รัฐให้ประชาชนสามารถนำเบี้ยประกันภัยมาหักลดหย่อนภาษีเป็นมาตรการจูงใจให้ซื้อประกันชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 1 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.85 และ $\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.83) ในช่วงปี พ.ศ.2563 - 2564 ถึงแม้มาตรการของภาครัฐมีนโยบายให้โรงพยาบาลรัฐที่เตียงเต็มมีหน้าที่ต้องส่งตัวผู้ป่วยโควิดไปรักษายังโรงพยาบาลอื่น ยังจำเป็นต้องซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.95) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 2 ส่วนพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 3 ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.98) การที่กรมสรรพากรเพิ่มวงเงินหักลดหย่อนค่าเบี้ยประกันสุขภาพ จากเดิมที่สามารถหักลดหย่อนได้ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท เป็นหักลดหย่อนได้ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 25,000 บาทมีส่วนในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.96) อยู่ในอันดับที่ 3 พ.ศ.2563 - 2564 ในปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 2 ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.96) มาตรการรัฐในการดูแลผู้ป่วยโควิดอยู่ในอันดับที่ 4 ทั้งสองช่วงปี โดยในปี พ.ศ.2563 - 2564 ผู้ป่วยสามารถเข้ารับการรักษาตัวได้ทุกโรงพยาบาล รวมทั้งโรงพยาบาลเอกชน มีส่วนในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 1.05) ในปี พ.ศ. 2565 - ตุลาคม 2566 มาตรการรัฐมีการเปลี่ยนแปลงคือยกเลิกโควิด 19 จากการเป็นโรคติดต่ออันตราย ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2565 ให้ผู้ป่วยไปใช้สิทธิการรักษาในโรงพยาบาลเฉพาะที่ระบุในบัตรทอง มีส่วนในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 1.03)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 เป็นอันดับที่ 5 ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.86) พ.ศ.2563 - 2564 และพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 อยู่ในอันดับ 4 ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า เหมือนกันทั้งสองช่วงเวลาค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 คือความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีทำให้ลูกค้าสามารถส่งเอกสารเพื่อทำประกันภัย การชำระเบี้ยประกันภัย และการรับความคุ้มครองผ่านทาง SMS และ E-mail ทำให้ได้รับความสะดวกและเป็นการเว้นระยะห่างในชีวิตแบบ new normal มีส่วนทำให้ตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.96 และ $\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.99) การรับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆได้มากขึ้น ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.94 และ $\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.94) สามารถติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆได้หลากหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.93 และ $\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.94) และการเสนอขาย

กรรมธรรมผ่านระบบ Digital Face to Face (ผ่านทาง Phone Call, Video Call, Line Call, Line หรือทาง E-mail) โดยตัวแทนประกันชีวิตไม่ต้องไปพบลูกค้าโดยตรงทำให้ได้รับความสะดวกและเป็นการเว้นระยะห่างในชีวิตแบบ new normal ($\bar{X}$ = 3.64, S.D. = 1.03 และ $\bar{X}$ = 3.68, S.D. = 1.05) อยู่ในอันดับที่ 4

ปัจจัยภายใน ด้านบุคคลมีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = 0.72 และ $\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยอันดับที่ 1 คือการซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพจะช่วยลดความกังวลของท่านและครอบครัวลงได้ ($\bar{X}$ = 4.27, S.D. = 0.77 และ $\bar{X}$ = 4.29, S.D. = 0.78) และผลตอบแทนจากประกันชีวิตจะเป็นรายได้ที่ช่วยเหลือในการดำรงชีวิตยามเกษียณหรือวัยชราได้ ($\bar{X}$ = 3.95, S.D. = 0.89 และ $\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.87) อยู่ในอันดับที่ 2 ส่วนปัจจัยภายในด้านครอบครัวมีอิทธิพลในภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้ง 2 ช่วงเวลา ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.79 และ $\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่การซื้อประกันชีวิตเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อครอบครัว ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.92 และ $\bar{X}$ = 4.16, S.D. = 0.92) ผลตอบแทนจากประกันชีวิตจะเป็นค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูบุตรและทุนการศึกษาบุตรได้ในอนาคต ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = 0.91 และ $\bar{X}$ = 3.99, S.D. = 0.90) และผลตอบแทนจากประกันชีวิตสามารถชดเชย/ทดแทนรายได้ครอบครัวที่ขาดหายไปกรณีที่คุณสมรสฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องถึงแก่กรรมไปก่อน ($\bar{X}$ = 3.81, S.D. = 0.95 และ $\bar{X}$ = 3.84, S.D. = 0.95)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4C มีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.59 และ $\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.59)

ด้านราคาสินค้าและบริการมีอิทธิพลในภาพรวมอยู่ในอันดับที่ 1 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.68 และ $\bar{X}$ = 4.05, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า การที่ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพการเงินของแต่ละคน ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.77) อยู่ในอันดับที่ 1 ในปี พ.ศ.2563 - 2564 และ ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.75) อยู่ในอันดับที่ 2 ในปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 การที่ลูกค้าสามารถเลือกจ่ายเบี้ยประกันเป็นรายปี, ราย 6 เดือน, 3 เดือนหรือรายเดือน (ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแบบประกัน) ได้เหมาะสมตามสภาพทางการเงินของแต่ละคน ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.85) อยู่ในอันดับที่ 2 ในปี พ.ศ.2563 - 2564 และ ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.84) อยู่ในอันดับที่ 1 ในปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ส่วนอันดับที่ 3 และอันดับ 4 เหมือนกันทั้งสองช่วงเวลาคือ ค่าเบี้ยประกัน มีความเหมาะสมกับการคุ้มครองตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ ($\bar{X}$ = 3.87, S.D. = 0.80 และ $\bar{X}$ = 3.88, S.D. = 0.81) และค่าเบี้ยประกันมีความเหมาะสมกับผลตอบแทน/ผลประโยชน์ตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ ($\bar{X}$ = 3.81, S.D. = 0.81 และ $\bar{X}$ = 3.84, S.D. = 0.83)

ด้านความต้องการของผู้บริโภคมีอิทธิพลในภาพรวมอยู่ในอันดับที่ 2 ($\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.69 และ $\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า เรียงลำดับเหมือนกันทั้งสองช่วงเวลา อันดับที่ 1 ได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อตรงกับความต้องการในเรื่องของการออมและยังคุ้มครองชีวิตได้ด้วย ($\bar{X}$ = 4.16, S.D. = 0.86 และ $\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.86) รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่ซื้อให้ผลประโยชน์ที่ตอบสนองและตรงความต้องการในด้านต่างๆของท่านได้ ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = 0.85 และ $\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.84) ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อสามารถคุ้มครองสุขภาพจากการเจ็บป่วย/จากโรคเรื้อรังที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงโรคระบาด โรคเมเร็งและโรคร้ายแรงอื่นๆ ($\bar{X}$ = 4.04, S.D. = 0.93 และ $\bar{X}$ = 4.04, S.D. = 0.94) และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อตรงกับความต้องการในเรื่องการลงทุนและยังคุ้มครองชีวิตได้ด้วย ($\bar{X}$ = 3.71, S.D. = 0.93 และ $\bar{X}$ = 3.73, S.D. = 0.93) อยู่ในอันดับที่ 4

ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าหรือการเข้าถึงบริการมีอิทธิพลในภาพรวมอยู่ในอันดับ 2 เช่นเดียวกัน ($\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.69 และ $\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า เรียงลำดับเหมือนกันทั้งสองช่วงเวลา อันดับที่ 1 ได้แก่ความสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์จากตัวแทนประกันชีวิตซึ่งสามารถอธิบายคุณสมบัติและผลตอบแทนได้อย่าง

ละเอียด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.80 และ $\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.79) สามารถพบปะพูดคุยซักถามกับตัวแทนประกันชีวิต ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.81 และ $\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.80) ลูก้าสามารถทำธุรกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกรมธรรม์ได้ด้วยตัวเอง ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.91 และ $\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.90) ความสะดวกในการซื้อประกันผ่านออนไลน์ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 1.08 และ $\bar{X} = 3.41$, S.D. = 1.10) อยู่ในอันดับ 4

ด้านการติดต่อสื่อสารมีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในภาพรวมอยู่ในอันดับ 3 ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.82 และ $\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า เรียงลำดับเหมือนกันทั้งสองช่วงเวลา อันดับที่ 1 ได้แก่การที่ลูก้าสามารถดูยอดเบี้ยประกันภัยที่ต้องชำระรวมทั้งวันครบกำหนดชำระได้ด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.95 และ $\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.95) การที่ลูก้าสามารถตรวจสอบสถานะสินไหมและบริษัทอนุมัติและดำเนินการโอนเงินค่าสินไหมผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.92 และ $\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.93) ลูก้าสามารถตรวจสอบการบริการต่างๆที่เกี่ยวข้องและเปลี่ยนแปลงข้อมูลในกรมธรรม์ได้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.93 และ $\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.93) ลูก้าสามารถใช้บริการเคลมออนไลน์ได้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.97 และ $\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.98) และการที่บริษัทมีบริการยืนยันตอบรับข้อมูลกรมธรรม์ฉบับใหม่พร้อมสำเนากรมธรรม์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.97 และ $\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.98) อยู่ในอันดับที่ 5

กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ มีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.57 และ $\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.58)

ด้านการตัดสินใจซื้อในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ภาพรวมอยู่ในอันดับ 1 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.65 และ $\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ บริษัทประกันที่มีชื่อเสียง มีสถานะการเงินที่มั่นคงไม่เอาเปรียบผู้ซื้อ สะดวกในการเคลม ไม่มีประเด็นในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.71 และ $\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.70) ผลิตภัณฑ์มีหลายรูปแบบให้เลือก จึงสามารถตอบสนองเป้าหมายที่หลากหลายของทุกช่วงวัย ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.81 และ $\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.80) เมื่อเจ็บป่วย ผู้ที่มีประกันสุขภาพสามารถได้รับการรักษาอย่างทันท่วงทีทำให้หมดกังวลเรื่องค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นและเข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลเอกชนได้อย่างสบายใจ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.85 และ $\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.85) ผู้แทนขายประกันสามารถอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ จำนวนเบี้ยประกัน และผลประโยชน์ที่จะได้รับได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.80 และ $\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.79) และผู้แทนขายประกันมีความรับผิดชอบและบริการลูก้าเช่นการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.86 และ $\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.86)

ด้านการรับรู้ปัญหาในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ภาพรวมอยู่ในอันดับ 2 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.74 และ $\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า อันดับที่ 1 และ 2 เหมือนกันทั้งสองช่วงเวลาคืออันดับ 1 การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งของการวางแผนทางการเงินและการบริหารความเสี่ยงจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.77 และ $\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.77) อันดับที่ 2 บริษัทประกันตกลงจะชดเชยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการรักษาพยาบาลของผู้เอาประกันภัยจากการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.86 และ $\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.87) ในช่วงพ.ศ.2563 - 2564 อันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อคือผู้มีประกันชีวิตและประกันสุขภาพเมื่อป่วยเป็นโควิดสามารถหาเตียงได้ง่ายกว่า โดยเฉพาะเตียงโรงพยาบาลเอกชน ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.93) ผู้ป่วยที่มีประกันสุขภาพถ้าป่วยเป็นโควิดและเข้ารับการรักษาเป็นผู้ป่วยใน บริษัทประกันชีวิตจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเป็นลำดับแรกตามที่โรงพยาบาลที่ทำการรักษาเรียกเก็บ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.99) อันดับที่ 4 ความต้องการทำประกันสุขภาพเนื่องมาจากสวัสดิการขั้นพื้นฐานของภาครัฐยังไม่ครอบคลุมตามที่ต้องการ ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.95) การมีสุขภาพไม่ดีการมีโรคประจำตัวอาจเป็นกลุ่มเสี่ยง

เมื่อติดโรคโควิด 19 จะมีการรุนแรงกว่าคนอื่น ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 1.00) อยู่ในอันดับที่ 5 เมื่อติดโรคโควิด 19 อาจทำให้สูญเสียรายได้หรือมีภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้นมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 1.01) อยู่ในอันดับที่ 6 และการทำประกันสุขภาพเนื่องมาจากความหวาดกลัวและอันตรายจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 1.09) อยู่ในอันดับที่ 7 ส่วนในช่วงพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 อันดับที่ 3 คือความต้องการทำประกันสุขภาพเนื่องมาจากสวัสดิการขั้นพื้นฐานของภาครัฐยังไม่ครอบคลุมตามที่ต้องการ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.94) ในช่วงพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 บริษัทประกันมีการเปลี่ยนแปลงการจ่ายเงินคือผู้ป่วยที่มีประกันสุขภาพถ้าป่วยเป็นโควิดและเข้ารับการรักษากลายเป็นผู้ป่วยใน บริษัทประกันจะให้การชดเชยค่ารักษาพยาบาลและค่าชดเชยรายวันสำหรับผู้ป่วยโควิด ก็ต่อเมื่อมีข้อบ่งชี้ทางการแพทย์เท่านั้น ไม่จ่ายชดเชยสำหรับผู้ป่วยที่พักรักษาตัวที่บ้าน ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 1.01) อยู่ในอันดับที่ 4 ส่วนอันดับที่ 5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ คือการมีสุขภาพไม่ดี การมีโรคประจำตัวอาจเป็นกลุ่มเสี่ยงเมื่อติดโรคโควิด 19 จะมีการรุนแรงกว่าคนอื่น ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.99) และเมื่อติดโรคโควิด 19 อาจทำให้สูญเสียรายได้หรือมีภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้นมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 1.03) ผู้มีประกันชีวิตและประกันสุขภาพเมื่อป่วยเป็นโควิดสามารถหาเตียงได้ง่ายกว่า โดยเฉพาะเตียงโรงพยาบาลเอกชน ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.95) อยู่ในอันดับที่ 6 และการทำประกันสุขภาพเนื่องมาจากความหวาดกลัวและอันตรายจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.09) อยู่ในอันดับที่ 7

ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ภาพรวมอยู่ในอันดับ 3 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.76 และ $\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้แก่ มีความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อกรรมธรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.78 และ $\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.76) จะบอกต่อ/แนะนำ บุคคลในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ให้ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและประกันสุขภาพในอนาคต ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.93 และ $\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.95) และสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆเพิ่มเติมในอนาคต ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 1.08 และ $\bar{X} = 3.63$, S.D. = 1.10)

ด้านการประเมินทางเลือกในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในภาพรวมอยู่ในอันดับ 4 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.61 และ $\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้แก่ ประกันประเภทออมทรัพย์ช่วยสร้างวินัยการออมเพื่อรับเงินก้อนใหญ่พร้อมความคุ้มครองชีวิตและสามารถช่วยลดหย่อนภาษีได้ด้วย ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.84 และ $\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.82) เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีรวมถึงสถานการณ์การระบาดของโควิดและโรคภัยร้ายแรงอื่นๆจึงจำเป็นต้องซื้อประกันชีวิตควบคู่กับสัญญาเพิ่มเติมการประกันสุขภาพและโรคร้ายแรง ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.91 และ $\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.93) ผลิตภัณฑ์ประเภทบำนาญสามารถตอบโจทย์ชีวิตหลังเกษียณได้อย่างดีเนื่องจากคนไทยมีอายุยืนมากขึ้น ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.88 และ $\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.87) ประกันชีวิตควบการลงทุนมีความเสี่ยงและยังไม่มั่นใจด้านการลงทุนของประกันชีวิตรูปแบบนี้ว่าจะได้ผลตอบแทนหรือขาดทุน ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.96 และ $\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.96) ตัวแทนที่ขายประกันยังไม่สามารถอธิบายถึงข้อดีข้อเสียและความเสี่ยงจากการลงทุนได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.97 และ $\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.99)

ด้านการแสวงหาข้อมูลในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ภาพรวมอยู่ในอันดับ 5 ทั้งสองช่วงเวลา ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.75 และ $\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพจากตัวแทนประกันชีวิต ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.94 และ $\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.91) จากเพื่อนหรือญาติที่เคยซื้อประกัน ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.98 และ $\bar{X} = 3.69$, S.D. = 1.00) ศึกษาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตราแกรม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.05 และ $\bar{X} = 3.37$, S.D. = 1.06) และจากสื่อกระจายเสียงเช่นโทรทัศน์ วิทยุภาพยนตร์ เป็นต้น ($\bar{X} = 2.91$, S.D. = 1.08 และ $\bar{X} = 2.92$, S.D. = 1.12)

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1) ในปี พ.ศ.2563 - 2564 ประชากรที่มีรายได้ต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2563 - 2564 ต่างกัน ($p < 0.05$) ส่วนในปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ประชากรที่มีอายุและรายได้ต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ต่างกัน ($p < 0.05$) แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงสรุปผลการการเปรียบเทียบด้วยค่าสถิติทดสอบ

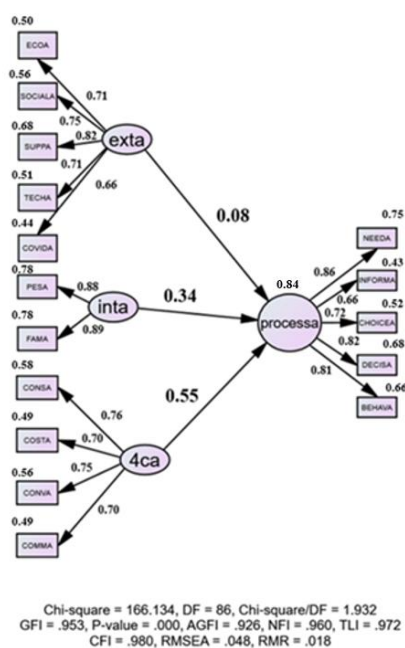
ตัวแปรทดสอบ	กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ. 2563 - 2564				กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ. 2565 - ตุลาคม 2566			
	F	Sig	ยอมรับ	ปฏิเสธ	F	Sig	ยอมรับ	ปฏิเสธ
1.เพศ	0.931	0.395		✓	0.488	0.614		✓
2.อายุ	1.777	0.151		✓	4.158	0.006	✓	
3.การศึกษา	1.174	0.319		✓	1.289	0.278		✓
4.อาชีพ	1.067	0.384		✓	1.275	0.262		✓
5.รายได้	3.356	0.006	✓		3.661	0.003	✓	
6.สถานภาพสมรส	0.168	0.845		✓	0.091	0.913		✓

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

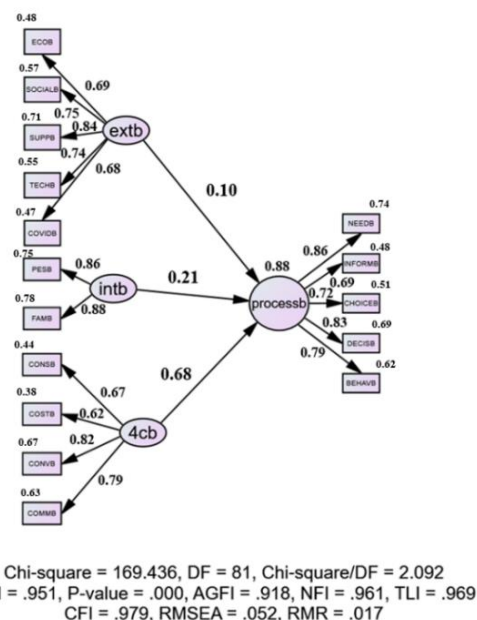
ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้การตรวจสอบโมเดลการวัดตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ปัจจัยภายนอก 2) ปัจจัยภายใน 3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C และ 4) กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในช่วงการระบาดโควิด 19 ปี พ.ศ.2563 - 2564 และพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยพิจารณาจากเกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล ได้แก่ ค่า Relative χ^2 ต้องมีค่าน้อยกว่า 3 หรือค่า p value มากกว่า 0.05 ค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้แก่ GFI, AGFI, CFI, NFI ต้องมีค่ามากกว่า 0.9 ค่า RMSEA ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.08 และค่า RMR ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 (Ramlall, 2016)

ผลการวิเคราะห์โมเดลครั้งแรก พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับโมเดล (Model Modification) ด้วยการปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น โดยให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับโมเดล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ. 2563 - 2564 คือค่าดัชนี $\chi^2/df = 1.932$, GFI = 0.953, AGFI = 0.926, CFI = 0.980, NFI = 0.960, RMSEA = 0.048 และ RMR = 0.018 และในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนี $\chi^2/df = 2.092$, GFI = 0.951, AGFI = 0.918, CFI = 0.979, NFI = 0.964, RMSEA = 0.052 และ RMR = 0.017 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 3 และ 4

ภาพที่ 3



ภาพที่ 4



ภาพที่ 3 และ 4 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ภาพที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ ในสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด 19 (พ.ศ. 2563 - 2564) องค์ประกอบปัจจัยภายนอก ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.82 รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจและด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.75, 0.71, 0.71 และ 0.66 ตามลำดับ องค์ประกอบปัจจัยภายใน ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านครอบครัวมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.89 และรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.88 องค์ประกอบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ความต้องการของผู้บริโภคมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.76 รองลงมาได้แก่ความสะดวกในการซื้อสินค้า ราคาสินค้าและบริการ และการติดต่อสื่อสารมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.75, 0.70, 0.70 ตามลำดับ สำหรับองค์ประกอบกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ การรับรู้ปัญหามีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.86 รองลงมาเป็นการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ การประเมินทางเลือก การแสวงหาข้อมูล มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.82, 0.81, 0.72, 0.66 ตามลำดับ

ภาพที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ในสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด 19 (พ.ศ. 2565 - ตุลาคม 2566) องค์ประกอบปัจจัยภายนอก ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.84 รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านสังคม และด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจ ด้านการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.75, 0.74, 0.69 และ 0.68 ตามลำดับ องค์ประกอบปัจจัยภายใน ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านครอบครัวมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.88 และรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.86 องค์ประกอบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ

ความสะดวกในการซื้อสินค้า มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.82 รองลงมาได้แก่ การติดต่อสื่อสาร ความต้องการของผู้บริโภค ราคาสินค้าและบริการและมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.79, 0.67, 0.62 ตามลำดับ สำหรับองค์ประกอบกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ ตัวแปรที่ค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ การรับรู้ปัญหามีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.86 รองลงมาเป็นการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ การประเมินทางเลือก การแสวงหาข้อมูล มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.83, 0.79, 0.72, 0.69 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ปี พ.ศ.2563 - 2564 และปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566

ตัวแปรผล	กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ปี พ.ศ.2563 - 2564			กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ปี พ.ศ.2565 - ต.ค.2566		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
1.ปัจจัยภายนอก	0.082	-	0.082	0.102	-	0.102
2.ปัจจัยภายใน	0.339	-	0.339	0.215	-	0.215
3.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง	0.554	-	0.554	0.681	-	0.681
ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2)	0.84			0.88		

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์ระบาดของโควิด 19 พบว่า ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ปี พ.ศ.2563 - 2564 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.082, 0.339 และ 0.554 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.102, 0.215 และ 0.681 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพปี พ.ศ.2563 - 2564 และ พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 มีค่าเท่ากับ 0.84 และ 0.88 ตามลำดับหรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพได้ร้อยละ 84 และร้อยละ 88

ส่วนที่ 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกในมุมมองของผู้ขาย 20 ท่าน (ผู้บริหารและตัวแทนประกันชีวิต) พบว่า ตัวแปรทั้ง 3 ปัจจัย ปัจจัยภายในมีความสำคัญที่สุด รองลงมาได้แก่ปัจจัยภายนอก และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยภายในด้านบุคคล ในมุมมองของผู้ขายมีความเห็นว่าลูกค้าซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพเพื่อช่วยลดความกังวลร้อยละ 100 และผลตอบแทนจากการประกันชีวิตและประกันสุขภาพจะเป็นรายได้ที่ช่วยเหลือในการดำรงชีวิตยามเกษียณร้อยละ 85 ส่วนปัจจัยภายในด้านครอบครัวลูกค้าซื้อประกันชีวิต

เพราะเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อครอบครัวและสามารถชดเชย/ทดแทนรายได้ครอบครัวที่ขาดหายไปกรณีที่คุณสมรสฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องถึงแก่กรรมไปก่อน ร้อยละ 100 เป็นค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูและทุนการศึกษาบุตรได้ในอนาคตคิดเป็นร้อยละ 90

ปัจจัยภายนอกด้านการแพร่ระบาดของโควิด 19 สำคัญเป็นอันดับ 1 พบว่า จำนวนผู้ป่วย และความรุนแรงของโรคโควิด 19 และการที่ลูกค้าไม่เชื่อมั่นในบริการจากภาครัฐในเรื่องของการเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาล มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 100 และ 95 ตามลำดับ ด้านเศรษฐกิจสำคัญเป็นอันดับ 2 เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ อัตราเงินเฟ้อค่ารักษาพยาบาลที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ภาวะเงินเฟ้อที่ทำให้ค่าครองชีพสูง อัตราดอกเบี้ยธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 95, 90 และ 80 ตามลำดับ ส่วนการสนับสนุนของภาครัฐสำคัญเป็นอันดับ 3 พบว่า แม้ภาครัฐจะมีมาตรการช่วยเหลือผู้ป่วยโควิด ลูกค้าคิดว่ายังจำเป็นที่จะต้องซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ การนำเบี้ยประกันมาหักลดหย่อนภาษี การเพิ่มวงเงินหักลดหย่อนค่าเบี้ยประกันสุขภาพจากเดิมไม่เกิน 15,000 บาท เพิ่มเป็นไม่เกิน 25,000 บาท มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 100, 95, 90 ตามลำดับ สำหรับด้านสังคมสำคัญเป็นอันดับ 4 มีความเห็นว่า สภาพสังคมแบบครอบครัวเดี่ยวในปัจจุบัน การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้รายจ่ายสุขภาพและค่ารักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น ประกันชีวิตแบบบำนาญ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพในสถานการณ์ระบาดของโควิด 19 ร้อยละ 90, 85 และ 85 ตามลำดับ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสำคัญเป็นอันดับ 5 ได้แก่ การรับรู้ข้อมูล/การติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆ การที่ลูกค้าสามารถส่งเอกสารเพื่อทำประกันภัย การชำระเบี้ยประกันภัย การเสนอขายกรมธรรม์ผ่านระบบ Digital Face to Face มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 100, 70 และ 60 ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในมุมมองของผู้ขายมีความเห็นตรงกันว่าผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและประกันสุขภาพในปัจจุบันถือว่าแล้วคิดเป็นร้อยละ 100 จำนวนเงินที่ลูกค้าจ่ายเหมาะสมกับการคุ้มครองร้อยละ 65 ลูกค้าได้รับความสะดวกในการซื้อสินค้าและเข้าถึงบริการคิดเป็นร้อยละ 90 การติดต่อสื่อสาร การตลาดและการประชาสัมพันธ์ของบริษัทประกันทำได้อยู่แล้วคิดเป็นร้อยละ 85

สำหรับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานคร ในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในมุมมองผู้ขายเห็นว่า ด้านการรับรู้ความต้องการ/การรับรู้ปัญหา ลูกค้าซื้อประกันเพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยงเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 65 รองลงมาคือสวัสดิการรัฐไม่ครอบคลุมร้อยละ 55 การหาเตียงในช่วงเจ็บป่วยสามารถหาได้ง่ายกว่าให้ความสำคัญร้อยละ 55 ส่วนความหวาดกลัวโควิด 19 ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 40 ตามลำดับ ลูกค้าแสวงหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด (ร้อยละ 55) รองลงมาจากตัวแทนประกันชีวิต (ร้อยละ 31) จากเพื่อนหรือญาติ (ร้อยละ 7) และจากโทรทัศน์และวิทยุ (ร้อยละ 7) ซึ่งการประเมินทางเลือกนั้นลูกค้าซื้อประกันชีวิตควบคู่สัญญาเพิ่มเติมสุขภาพและโรคร้ายแรงมากที่สุด (ร้อยละ 83.3) รองลงมาคือซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทออมทรัพย์ (ร้อยละ 4.2) ประกันชีวิตควบการลงทุน (ร้อยละ 8.3) และประกันบำนาญ (ร้อยละ 4.2) ด้านการการตัดสินใจซื้อ จากเหตุผลผลิตภัณฑ์มีหลายแบบให้เลือก (ร้อยละ 60) ด้านหมดกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย (ร้อยละ 55) ผู้แทนมีความรับผิดชอบ (ร้อยละ 50) บริษัทมีชื่อเสียง (ร้อยละ 40) ผู้แทนอธิบายผลิตภัณฑ์ได้ดี (ร้อยละ 30) และ ส่วนด้านพฤติกรรมหลังการซื้อในการที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่มเติมในอนาคต หรือบอกต่อญาติหรือคนรู้จัก ในมุมมองของผู้ขายมีข้อเสนอแนะคือการดูแลหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่สุด (ร้อยละ 50) รองลงไปที่การบริการที่ดี (ร้อยละ 20) ตัวแทนมีการอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ (ร้อยละ 15) เอาใจใส่ดูแลญาติมิตร (ร้อยละ 10) มีความสม่ำเสมอ (ร้อยละ 5)

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุที่ต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ปี พ.ศ.2563 - 2564 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ Thongjun (2022) พบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครด้านการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก และการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน ส่วนรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พ.ศ.2563 - 2564 และ พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ด้านการรับรู้ปัญหา การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongjun (2022) พบว่า ประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครด้านการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพ พบว่า ปัจจัยภายในมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยภายนอกและปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4C พบว่า ปัจจัยภายในด้านบุคลมีมากกว่าปัจจัยด้านครอบครัว โดยปัจจัยด้านบุคล พบว่า การซื้อประกันจะช่วยลดความกังวลได้ ผลตอบแทนจากประกันชีวิตจะเป็นรายได้ที่ช่วยเหลือในการดำรงชีวิตยามเกษียณ สอดคล้องกับการศึกษาของ Phiosawang (2016) พบว่า การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพจะช่วยคลายความกังวลต่อการใช้ชีวิต ส่วนงานของ Siangchaksai (2021) พบว่า ความคิดเห็นด้านการนำผลตอบแทนมาใช้ในยามเกษียณอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Sirikachornkij (2021) พบว่า แรงจูงใจในการซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเงินบำนาญที่ได้รับมีส่วนช่วยในการบริหารค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน สำหรับปัจจัยด้านครอบครัว พบว่า การซื้อประกันชีวิตเป็นการแสดงถึงความรักรับผิดชอบต่อครอบครัว เป็นค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูและทุนการศึกษาบุตรในอนาคต ทดแทนรายได้ครอบครัวที่ขาดหายไปกรณีที่คุณสมรสฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งถึงแก่กรรมไปก่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Siangchaksai (2021) ในด้านต้องการความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัวในอนาคต Wutisubtaweek (2017) พบว่า เหตุผลที่ทำประกันชีวิตเพื่อแสดงถึงความรักรับผิดชอบต่อครอบครัว และงานวิจัยของ Samchimchom (2015) พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อเป็นทุนการศึกษาบุตร และผลการศึกษาของ Phiosawang (2016) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจทำประกันชีวิตเพราะต้องการให้เป็นเงินมรดกแก่ลูกหลานหากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน

ส่วนค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพในช่วงการระบาดของโควิด 19 (พ.ศ.2563 - 2564) พบว่า ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยภายนอกที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 ทั้งสองช่วงเวลา เรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยคือการเข้าสู่สังคมสูงอายุมีผลให้รายจ่ายด้านสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รองลงมาคือวิถีชีวิตแบบต่างคนต่างอยู่ทำให้ต้องพึ่งพาตนเองมากขึ้น การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบทำให้คนไทยอายุยืนมากขึ้น การทำประกันแบบบำนาญเป็นเครื่องมือออมเงินที่เหมาะสมเพื่อไว้ใช้ในวัยเกษียณซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sirikachornkij (2021) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในการซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสังคม ด้านความมั่นคงปลอดภัย และด้านร่างกาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19, 3.11 และ 3.06 ตามลำดับ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Summanan and Thitiluck (2023) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุหลังเกษียณด้านสุขภาพร่างกายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การมีค่ารักษาพยาบาลกรณีเจ็บป่วยทั่วไปสำรองไว้จะทำให้คลายกังวลได้อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ส่วนด้านทรัพย์สินเงินทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ควรมีการวางแผนการเงินเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุหลังเกษียณไว้ล่วงหน้าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ปัจจัยด้านการแพร่ระบาดของโควิด 19 เป็นปัจจัยภายนอกที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับ 2 (พ.ศ. 2563 - 2564) แต่ในช่วงปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 5 สอดคล้องกับการศึกษาของ Kongjam, Rattanapibool, Apacuppakul, Koedkaeo, Saebing, Wongsuwatt, & Thaothampitak (2021) พบว่า ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณซึ่งเป็นการตรวจสอบอิทธิพลของผลกระทบจากโควิด 19 ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงส่วนบุคคล พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงส่วนบุคคลที่ส่งผลให้ความต้องการซื้อประกันชีวิตของประชาชนในอำเภอเมืองตรังเพิ่มมากขึ้นนั้นจะเพิ่มมากยิ่งขึ้นสำหรับกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากโควิด 19 โดยมีค่า R-Square เท่ากับ 0.381 และส่งผลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์

เชิงบวกระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงส่วนบุคคลกับความต้องการซื้อประกันสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($\beta = 0.253$; $p = 0.040$) และสอดคล้องกับงานของ Wongphatsathit and Wisetprapha (2021) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในสถานการณ์โควิด 19 โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือประกันชีวิตมีความสำคัญมากในสถานการณ์โควิด 19 มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ที่ 4.63

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยภายนอกที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับ 3 ในช่วงการระบาดพ.ศ. 2563 - 2564 และอยู่ในอันดับที่ 2 ในช่วงปี พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566 โดยทุกประเด็นของปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจซึ่งได้แก่ ราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้นจากอัตราเงินเฟ้อของไทยที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ค่าครองชีพและรายจ่ายครัวเรือนสูงขึ้นเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ เงินเพื่อของค่ารักษาพยาบาลมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกันแบบออมทรัพย์ ประกันชีวิตควบการลงทุนจะได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝากจากธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Wutisubtaweek (2017) พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทประกันชีวิต ด้านเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในเรื่องอัตราดอกเบี้ยและผลตอบแทนในแต่ละปีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต อยู่ในระดับมาก และงานของ Phiosawang (2016) ซึ่งได้ทำการศึกษาทัศนคติต่อการทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชากรเพศหญิง กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพมีผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐ เป็นปัจจัยภายนอกที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับ 4 แยกตามรายด้านค่าเฉลี่ยมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพ คือ มาตรการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคล เหมือนกันทั้ง สองช่วงเวลา สอดคล้องกับการศึกษาของ Phiosawang (2016) และ Siangchaksai (2021) พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์อยู่ในระดับมากเพราะต้องการลดหย่อนภาษี ส่วนมาตรการอื่นๆ ในการช่วยเหลือผู้ป่วยโควิด สอดคล้องกับการศึกษาของ Thongphetnin (2021) พบว่า นโยบายและการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐบาลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยภายนอกที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับ 5 (พ.ศ. 2563 - 2564) และอันดับ 4 (พ.ศ.2565 - ตุลาคม 2566) มีระดับความคิดเห็นแยกตามรายด้านคือความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ทำให้ลูกค้าสามารถส่งเอกสารเพื่อทำประกันภัยการชำระเบี้ยประกันภัย และการรับความคุ้มครองผ่านทาง SMS และ E-mail สามารถรับรู้ข้อมูล ติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชันต่างๆได้มากขึ้นหลากหลายช่องทาง ตัวแทนประกันชีวิตสามารถเสนอขายกรมธรรม์ผ่านระบบ Digital Face to Face โดยไม่ต้องไปพบลูกค้าโดยตรง สอดคล้องกับการศึกษาของ Thongphetnin (2021) พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและส่งผลต่อธุรกิจในทุกภาคส่วนที่จำเป็นต้องนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาใช้ในการทำงาน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการซื้อของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางมีอิทธิพลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongjun (2022) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราเบี้ยประกันเหมาะสมกับวงเงินเอาประกันและความคุ้มครอง และบริษัทมีทางเลือกในการผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันเป็นงวดๆ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น กรมธรรม์ที่ครอบคลุมเหมาะสมต่อเบี้ยประกัน และรูปแบบของกรมธรรม์มีให้เลือกหลากหลาย ด้านการเข้าถึงบริการ เช่น การมีบริการชำระเงินหลากหลายช่องทาง เช่น ตัวแทนประกันชีวิต บัตรเครดิต การขายผ่านช่องทางออนไลน์ การส่งเสริมทางการตลาดมีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิต ด้านบุคคล พบว่า ตัวแทนหรือพนักงานมีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในการให้บริการและมีความเป็นกันเอง

กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและลำดับความสำคัญไม่แตกต่างกันทั้งสองช่วงเวลา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการประเมินทางเลือกและด้านการแสวงหาข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongjun (2022) พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการตัดสินใจซื้อจากการให้บริการที่ดีของพนักงานและตัวแทนประกันชีวิต ความเหมาะสมของเบี้ยประกัน และประโยชน์ที่รับจากการซื้อกรมธรรม์ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ได้แก่ ความต้องการความคุ้มครอง รวมถึงการรักษาพยาบาลสำหรับตัวเองและครอบครัว ด้านการแสวงหาข้อมูล พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การค้นหาข้อมูลจากตัวแทนประกันชีวิต การค้นหาข้อมูลจากคนใกล้ชิด การค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

จากการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง พบว่า ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชน กรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Karin and Audtharin (2023) พบว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมอันเนื่องมาจากการขาดรายได้หรือการมีรายได้ที่ลดลง และความสามารถในการเข้าถึงบริการทางด้านสุขภาพ สาธารณสุขที่แตกต่างจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา 2019 เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเช่นการฝากเงินแบบออมทรัพย์และการซื้อประกันชีวิตของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และงานวิจัยของ Thamtarana and Sornsaruht (2024) พบว่า ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีของธุรกิจประกันชีวิต มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อประกันของผู้บริโภคคนไทย = 0.68 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) เช่นเดียวกับงานของ Jarasrirattisai, Uahiranyanon, and Nagamatsu (2024) พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ผ่านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยของบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลรวมอยู่ที่ 0.773 ($p < 0.01$) และงานวิจัยของ Lee and Chun (2016) พบว่า การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อประกันแบบเกษียณ = 0.177 ($p < 0.001$)

ปัจจัยภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชน กรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 โดยงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสอดคล้องกับงานวิจัยของ Guan, Yusuf, and Ghani (2020) ศึกษาว่าทัศนคติหรือความรู้สึกภายในของบุคคลทั้งด้านความคิด การรับรู้ อารมณ์ พฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Maurya, Bansal, Ansari, and Mishra (2023) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อประกันสุขภาพระหว่างการระบาดของโควิด 19 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพมากที่สุด ได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องของ ทัศนคติ ความเชื่อมั่น รองลงมาได้แก่ คนใกล้ชิดหรือบุคคลในครอบครัว ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tam (2020) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตได้แก่เรื่องทัศนคติ พฤติกรรม และความรู้ด้านการเงินมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและประกันสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 สอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดย Thamtarana and Sornsaruht (2024) ได้ศึกษาการตั้งใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคคนไทย พบว่า ราคาผลิตภัณฑ์ คุณภาพบริการด้านการติดต่อสื่อสาร มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อประกันของผู้บริโภคคนไทย = 0.53, 0.34 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) และสอดคล้องกับ Tam (2020) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต พบว่า ผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต และงานของ Guan, Yusuf, and Ghani (2020) ศึกษาว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตคือปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับงานของ Sudirjo and Sulistiyani (2023) พบว่า คุณภาพผลิตภัณฑ์ การแข่งขันด้านราคา การขายตรงจากตัวแทนประกันชีวิตมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต และสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ดังนั้นผู้บริหารในอุตสาหกรรมประกันภัยควรนำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจประกันภัย ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความสะดวกของผู้บริโภค ด้านการสื่อสารและการตลาด ด้านบริการหลังการขาย ดังนี้

1.1 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทควรพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบออมทรัพย์ให้ครอบคลุมทั้งระยะสั้น กลางและยาว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย เนื่องจากบางบริษัทมีแต่ผลิตภัณฑ์ที่ต้องจ่ายเบี้ยประกันระยะยาวตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตไม่สามารถขายผลิตภัณฑ์แบบออมทรัพย์สู้คู่แข่งได้ พัฒนาเบี้ยประกันสุขภาพที่ต้องจ่ายแพงและมีการปรับขึ้นตามอายุ (ปัจจุบันมีการปรับขึ้นทุก 5 ปี) การปรับอย่างก้าวกระโดดทำให้ค่าเบี้ยประกันสูงมากลูกค้าจ่ายไม่ไหวจึงลังเลในการตัดสินใจซื้อเนื่องจากกลัวว่ารายได้ไม่พอที่จะจ่ายเบี้ยประกันได้ในอนาคต

1.2 ด้านความสะดวกของผู้บริโภคควรพัฒนาเรื่องการชำระเบี้ยประกันควรมีแบบผ่อนชำระ 0% กับบัตรเครดิตทุกธนาคาร พัฒนาแอปพลิเคชันที่ลูกค้าใช้ติดต่อกับบริษัทให้ใช้งานง่ายกว่าในปัจจุบัน

1.3 ด้านการสื่อสารและการตลาด ควรพัฒนาคอลเซ็นเตอร์ให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวก พนักงานควรได้รับการอบรมมาเป็นอย่างดี พนักงานแต่ละคนให้ข้อมูลที่เหมือนกัน สามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาลูกค้าได้ พัฒนาเรื่องการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดให้มากกว่าเดิม เช่น เพิ่มการสื่อสารการตลาดผ่านทางวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Tik Tok อย่างต่อเนื่อง

1.4 ด้านบริการหลังการขาย จากการวิจัย พบว่า พฤติกรรมหลังการซื้อ ลูกค้าเน้นเรื่องการดูแลหลังการขายของตัวแทนประกันชีวิตอย่างต่อเนื่องเพราะการบริการที่ดีจะทำให้มีการบอกต่อและต่อตลาดได้ การดูแลลูกค้าด้วยความซื่อตรง รวดเร็วทันใจ พบปะลูกค้าสม่ำเสมอ มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของบริษัท สามารถอธิบายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่าง และได้รับผลประโยชน์เพิ่มเติมอย่างไร ดังนั้นบริษัทจึงควรมีการให้ความรู้ด้านการบริการหลังการขายและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่จะนำเสนอแก่ผู้บริโภคให้กับตัวแทนอย่างต่อเนื่อง

2. จากการวิจัย พบว่า ในมุมมองของผู้บริโภคและมุมมองของผู้ขายเห็นตรงกันว่าปัจจัยภายในมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพมากที่สุด ตัวแทนประกันชีวิตควรเน้นความสำคัญเรื่องปัจจัยภายในของลูกค้าทั้งด้านบุคคลและครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการเสนอขายผลิตภัณฑ์

3. จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพของประชาชนกรุงเทพมหานครในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 โดยในมุมมองของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมมาเป็นอันดับ1 ทั้งสองช่วงเวลา แต่ในมุมมองของผู้ขายให้ความสำคัญปัจจัยทางสังคมเป็นอันดับ 3 และ 4 ดังนั้นตัวแทนประกันชีวิตควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมให้มากขึ้นเช่นการเข้าสู่สังคมสูงอายุ คนไทยอายุยืนมากขึ้นทำให้มีโรคเรื้อรังต่างๆตามมามีผลทำให้รายจ่ายด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต เน้นความคุ้มครองสุขภาพในกรณีที่มีโรคอุบัติใหม่เกิดขึ้นแบบไม่คาดฝันดังเช่นการระบาดของโควิด 19 การเก็บออมไว้ใช้ในยามเกษียณ เป็นแรงจูงใจหลายๆประการในการเสนอขายผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปอาจมุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านเช่นผลิตภัณฑ์ออมทรัพย์ ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตควบการลงทุน ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มุ่งให้เห็นภาพรวมถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตและสุขภาพโดยรวมเท่านั้น ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจต้องอาศัยผู้วิจัยซึ่งเป็นนักคณิตศาสตร์ประกันภัยซึ่งมีความรู้เฉพาะด้านการประเมิน วิเคราะห์ และคาดการณ์ ผลกระทบทางด้านการเงินของความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ในธุรกิจ คิดรูปแบบกรรมธรรม์ต่างๆ กำหนดอัตราเบี้ยประกันภัยเพื่อประโยชน์ต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทประกันภัยในอนาคต

บรรณานุกรม

- Allodi, E., Cervellati, E.M., & Stella, G.P. (2020). A New Proposal to Define Insurance Literacy: Paving the Path Ahead. *Risk Governance and Control Financial Markets & Institutions*, 10(4), 22–32. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/346630532_A_new_proposal_to_define_insurance_literacy_Paving_the_path_ahead
- Bank of Thailand. (2020). *Results of the Monetary Policy Committee Meeting (Special Meeting)*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/news-and-media/news-pdf/2020/n1463t.pdf>
- Bank of Thailand. (2022). *Results of the Monetary Policy Committee Meeting No.4/2022*. Retrieved December 1, 2023, from <https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20220810.html>
- Bank of Thailand. (2022). *Results of the Monetary Policy Committee Meeting No.5/2022*. Retrieved December 1, 2023, from <https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20220928.html>
- Bank of Thailand. (2022). *Results of the Monetary Policy Committee Meeting No.6/2022*. Retrieved December 1, 2023, from <https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20221130-2.html>
- Baranauskas, G., & Raisiene, A. G. (2021). Reflections on the Customer Decision-Making Process in the Digital Insurance Platforms: An Empirical Study of the Baltic Market. *Applied Sciences*, 11(18), 8524. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/354573578_Reflections_on_the_Customer_Decision-Making_Process_in_the_Digital_Insurance_Platforms_An_Empirical_Study_of_the_Baltic_Market
- Businessplus. (2022). *Revealing the Top 10 Life insurance Companies with the Highest Market Share: Check the Financial Strength of the Top 4 Companies and Find CAR Ratios Over 300%*. Retrieved May 2, 2025, from <https://www.thebusinessplus.com/insurance/>
- Carniel, A. (2022). *The Ultimate Guide to Marketing Mix: 4Ps, 7Ps, 8Ps, 4Cs, 7Cs*. Retrieved March 30, 2022, from <https://www.albertocarniel.com/post/marketing-mix>
- Department of Disease Control. (2020). *Situation of Coronavirus Disease 2019*. Retrieved December 1, 2023, from <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/2017420210820025238.pdf>
- Department of Disease Control. (2024). *DDC COVID-19 Interactive Dashboard*. Retrieved January 15, 2025, from <https://ddc.moph.go.th/covid19-dashboard/>
- Department of Older Persons. (2023). *General Elderly Information*. Retrieved January 15, 2024, from https://www.dop.go.th/th/statistics_page?cat=1&id=1
- Dipti, S., & Baser, N. (2022). Influence of Fear on Purchase of Health Insurance. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(2), 354–363. Retrieved December 1, 2023, from https://www.researchgate.net/publication/367411414_Influence_of_fear_on_purchase_of_health_insurance
- Division of Health Economics and Health Security. (2020). *Criteria, Methods and Conditions for Determining the Cost of Emergency Patient Care for Dangerous Communicable Diseases under the Communicable Diseases Act in the Case of Coronavirus Disease 2019 or COVID-19*. Retrieved December 1, 2023, from <https://dhes.moph.go.th/?p=12382>

- Dodamgoda, N., & Canagasabey, D. (2019). Factors Driving the Purchase of Life Insurance Among Millennials in Sri Lanka. *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*, 4(5), 49-61. Retrieved December 1, 2023, from <http://www.ijbmm.com/paper/May2019/424307930.pdf>
- Guan, L. P., Yusuf, D. H. M., & Ghani, M. R. A. (2020). Factors Influencing Customer Purchase Intention Towards Insurance Products. *International Journal of Business and Management*, 4(5), 70-79. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/348265698_Factors_Influencing_Customer_Purchase_Intention_Towards_Insurance_Products
- Jarasnirattisai, S., Uahiranyanon, B., & Nagamatsu, M. (2024). Causal Factors Influencing Online Insurance Purchasing Decision of An Insurance Company in Bangkok. *Journal of Setthawit Review*, 4(1), 159-164. Retrieved May 2, 2025, from <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/stw/article/view/780>
- Karin, K., & Audtharin, R. (2023). Economic and Social Impacts from the COVID-19 Pandemic Affecting Personal Financial Planning of the People in Mueang District Buriram Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 13(3), 65-80. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/npuj/article/view/269285/181215>
- Khanna, K., Patil, D. Y., & Kotle, V. (2022). Study of Factors Influencing Consumer Perception towards Health Insurance Policies During COVID-19 Pandemic. *Journal of Positive School Psychology*, 6(6), 7309-7315. Retrieved December 1, 2023, from https://www.researchgate.net/publication/362519593_Study_Of_Factors_Influencing_Consumer_Perception_Towards_Health_Insurance_Policies_During_COVID-19_Pandemic
- Kongjam, N., Rattanapibool, J., Apacuppakul, R., Koedkaeo, T., Saebing, R., Wongsuwatt, S., & Thaothampitak, W. (2021). The Impact of COVID-19 on Perceived Risk and Insurance Purchase Demands of People in Trang Province. *Creative Business and Sustainability Journal*, 43(2), 1–20. Retrieved December 1, 2023, from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CBSReview/article/view/248354>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1994). *Principles of Marketing* (6th ed.). Frenchs Forest, NSW: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). London: Pearson Education.
- Lauterborn, R. (1990). *New Marketing Litany: 4Pc Pass; C-Words Take Over*. Retrieved from <https://solvinnov.com/literature/new-marketing-litany-four-ps-passe-c-words-take-over/>
- Lee, C., & Chun, H. (2016) "An Analysis of Determinants of Individual's Pension Purchase Using Structural Equation Model," *Journal of the Korean Data and Information Science Society*, 27(2), 437-449, Retrieved from <https://doi.org/10.7465/jkdi.2016.27.2.437>
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A managerial Approach*. Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc.
- Mathur, V. (2022). *A Guide to Demographics & Demographic Segmentation*. Retrieved December 1, 2023, from <https://www.analyticssteps.com/blogs/guide-demographics-demographic-segmentation>
- Maurya, P. K., Bansal, R., Ansari, Y., & Mishra, A. K. (2023). Behavioural Determinants of Health Insurance Buying Intention of Missing Middle Consumers: A Study During Covid-19 Pandemic. *European Economic Letters (EEL)*, 13(5), 1082-1098. <https://doi.org/10.52783/eel.v13i5.874>

- Phiosawang, W. (2016). *Studying Attitude of the Life and Health Insurance Usage Behavior among Women Generation Y in Bangkok* (Master' s thesis). Mahidol University. Retrieved December 1, 2023 from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/1885>
- Pribwai, S., & Sunanchai, J. (2016). *Sales Practices Customer Management and Providing Life Insurance Advice*. Retrieved December 1, 2023, from <https://www.tlaa.org/download/file/คู่มือหลักสูตรขอรับฯ.pdf>
- Ramlall, I. (2016). Applied Structural Equation Modelling for Researchers and Practitioners. In *Prelims* (pp.1-10). Emerald Group Publishing Limited. Retrieved June 1, 2022, from <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-883-720161002>
- Samchimchom, K. (2015). *Marketing Mix Factors Influencing the Purchasing Decision of Insurance of the Elderly in Banglen District, Nakhon Pathom Province* (Master' s thesis). Silpakorn University. Retrieved December 1, 2023 from <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/187>
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (3rd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Siangchaksai, W. (2021). *Marketing Mix Factors Related to Consumer Decision Making in Accumulated Life Insurance Policy of Generation Y in Bangkok* (Master' s thesis). Srinakharinwirot University. Retrieved December 1, 2023 from <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1795/1/g591130358.pdf>
- Sirikachornkij, N. (2021). *Motivation and Attitude Toward Consumers' Purchasing Decision of Pension Life Insurance, Muang Thai Life Assurance PCL. in the Bangkok Metropolitan Area* (Master' s thesis). Srinakharinwirot University. Retrieved December 1, 2023, from http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Nutthapol_S.pdf
- Stankevich, A. (2016). *Decision-Making Process*. Retrieved December 1, 2023, from https://www.researchgate.net/publication/320065704_Title_Decision-Making_Process
- Sudirjo, F., & Sulistiyani, S. (2023). Purchasing Decision Behaviours of Health Insurance Products and The Determinants of Competitive Advantage. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(1), 163-176. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.1.163>
- Summanan, R., & Thitiluck, D. (2023). Post-retirement Preparation for an Aging Society: A Case Study of Phitsanulok Municipality. *Journal of Digital Business and Social Sciences*, 9(1), 1-18. Retrieved December 1, 2023 from <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jdbs/article/view/2773/2335>
- Tam, P. T. (2020). Factors Affecting the Decision to Purchase Life Insurance Products in Vietnam. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(5), 1731-1740. Retrieved May 2, 2025, from <https://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/5829>
- Thamtarana, K., & Sornsaruht, P. (2024). Antecedents to Thai Consumer Insurance Policy Purchase Intention: A Structural Equation Model Analysis. *SAGE Open*, 14(1). Retrieved May 2, 2025, from <https://doi.org/10.1177/21582440241239474>
- The Thai Life Assurance Association. (2020). *The Thai Life Assurance Association predicts that life insurance premiums in 2020 will not grow*. Retrieved December 1, 2023, from https://www.tlaa.org/page_bx.php?cid=23&c%20%20name%20=&cno=1062

- The Thai Life Assurance Association. (2022). *The Thai Life Assurance Association would like to clarify the facts regarding the disbursement criteria for people infected with the Coronavirus Disease 2019 (Covid 19) in the life insurance business sector*. Retrieved December 1, 2023, from https://www.tlaa.org/page_bx.php?cid=23&cname=&cno=1384&lang=thai
- The Thai Life Assurance Association. (2022). *The life insurance sector reveals figures for the first quarter of 2022*. Retrieved December 1, 2023, from https://www.tlaa.org/page_bx.php?cid=23&cname=&cno=1419
- The Thai Life Assurance Association. (2022). *Life insurance business sector reveals figures for the first half of 2022*. Retrieved December 1, 2023, from https://www.tlaa.org/page_bx.php?cid=23&cname=&cno=1446
- Thongjun, T. (2022). *Factors Affecting the Health Insurance Purchase Decision Process of Consumers in Bangkok* (Master' s thesis). Dhurakij Pundit University. Retrieved December 1, 2023 from <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Thanapan.Thon.pdf>
- Thongphetnin, W. (2021). *Efficiency of Marketing Communication and Environment Factors Affecting the Purchase Demands of Insured and Modern Life Insurance* (Master' s thesis). Silpakorn University. Retrieved December 1, 2023 from <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3667/1/61602324.pdf>
- Wongphatsathit, T., & Wisetprapha, P. (2021). *Factors Influencing the Decision to Purchase of Life Insurance in COVID-19 Situation of Consumer in Bangkok*. Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Wutisubtaweasuk, S. (2017). *The Study of Factors Affecting the Purchasing Decision of Life Assured through Commercial Banks (Bancassurance) in Bangkok Area* (Master' s thesis). Mahidol University. Retrieved December 1, 2023 from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2592>

Received:	25-03-2025
Revised:	19-05-2025
Accepted:	06-06-2025

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

Factors Influencing Intention to Purchase Digital Lotteries of Bank for Agriculture
and Agricultural Cooperatives in Ubonratchatani Province

ศรัณย์ พันตานนท์^{*1}

Saran Thantanon

Saran.Than@dome.tu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลในเขตจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 2) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าย่อมมีผลในความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลในเขตจังหวัดอุบลราชธานี 3) เพื่อศึกษาการรับรู้การออมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลในเขตจังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าย่อยที่สนใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส.ที่อยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในระหว่างเดือนมกราคม ถึง เมษายน 2566 กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าย่อยที่สนใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส.ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี ในระหว่างเดือนมกราคม ถึง เมษายน 2566 จำนวน 400 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบสโนว์บอล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามผ่านระบบอินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยแสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ สถานภาพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี และความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในส่วนของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านความตั้งใจใช้ มีผลต่อการตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยปัจจัยด้านการรับรู้การออม ด้านการใช้งาน ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความประหลาดใจ และด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

คำสำคัญ: การออม, การยอมรับเทคโนโลยี, สลากดิจิทัล, การรับรู้การออม, ความตั้งใจซื้อ

* Corresponding Author

¹ สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Business Innovation Program, Faculty of Business Administration, Thammasat University

Abstract

The objective of this research was to 1) compare the intention to purchase digital lottery bonds in Ubon Ratchathani Province based on demographic factors, 2) examine customers' technology acceptance that influences their intention to purchase digital lottery bonds, and 3) investigate the impact of savings perception on the intention to purchase digital lottery bonds in Ubon Ratchathani Province. This study employed a quantitative research approach. The population comprised customers who decided to purchase digital lottery bonds of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Ubon Ratchathani Province between January and April 2023. A total of 400 participants were selected using the snowball sampling method. The research instrument was an online questionnaire. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The findings revealed that demographic factors, including gender, marital status, and average monthly income, significantly influenced customers' intention to purchase digital lottery bonds in Ubon Ratchathani Province. In contrast, age, educational level, and were found to have no significant effect. Regarding technology acceptance, factors such as perceived ease of use, perceived usefulness, and intention to use were identified as significant influencers on customers' intention to purchase digital lottery bonds. Moreover, factors related to savings perception, including functional value, social value, emotional value, surprise value, and conditional value, were found to impact customers' intention to purchase digital lottery bonds in Ubon Ratchathani Province.

Keywords: Savings, Technology Acceptance, Digital Lottery Bonds, Savings Perception, Intention to Purchase

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การออมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการพัฒนาทางการเงินของประชาชน ภายในประเทศไทย สถาบันการเงินได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ เพื่อส่งเสริมการออมของประชาชน โดยหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมคือ "สลากออมทรัพย์" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่คล้ายเงินฝาก ที่มีความเสี่ยงต่ำและได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของการลุ้นรางวัล เช่น สลากออมสินของธนาคารออมสิน และสลากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) (Capital Market Development Promotion Center, 2010; Financial Consumer Protection Center, n.d.)

สลากดิจิทัลเป็นการพัฒนารูปแบบของสลากออมทรัพย์ ที่เปลี่ยนจากการใช้สลากกระดาษไปสู่การใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน ธนาคารดิจิทัล ทำให้ประชาชนสามารถซื้อ เก็บรักษา และตรวจผลการออมได้สะดวกขึ้น ตัวอย่างเช่น สลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ที่มีราคาหน่วยละ 50 บาท และสามารถทำการรายการผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus โดยไม่ต้องใช้สลากกระดาษ ซึ่งสะท้อนถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนการออม (Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, 2022) จากข้อมูลสถิติประเทศไทยมีพื้นที่การเกษตรจำนวน 149,000,000 ไร่ หรือคิดเป็น 46 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ และมีครัวเรือนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรในปี 2564 จำนวน 7,363,226 ครัวเรือน (National Statistical Office, 2021) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการออม เช่น สลากดิจิทัลที่มุ่งเน้นการเข้าถึงของกลุ่มนี้

ในระยะเวลา 10 ปี (2555-2564) ยอดเงินฝากและยอดฝากสลากของธนาคารออมสินมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี ส่วนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ยอดเงินฝากสูงขึ้นแต่ยอดฝากสลากลดลงในปี 2563-2564 ในขณะที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์เพิ่งเริ่มมีผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ในปี 2562 และมียอดเงินฝากที่เพิ่มขึ้น (Government Housing Bank, 2022) แสดงให้เห็นถึงความสนใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ทั้งการออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์ การใช้แอปพลิเคชันธนาคารดิจิทัล รวมถึงปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและความเชื่อมั่นในการใช้

บริการออนไลน์ แต่ยังมีช่องว่างของการศึกษาเกี่ยวกับสลากดิจิทัลโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจซื้อของลูกค้าในพื้นที่ต่างๆ ซึ่งงานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการศึกษาและเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว

การวิจัยนี้จึงมีความตั้งใจที่จะนำเสนอผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัล ซึ่งจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบกลยุทธ์การตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ชนบท นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการออมและการบริการทางการเงินในระดับประเทศ โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในกระบวนการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลในเขตจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าอันจะมีผลในความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลในเขตจังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาการรับรู้การออมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการสำรวจความคิดเห็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประชากร (Population) ซึ่งผู้วิจัยเลือกในครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้สนใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ที่อยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในระหว่างเดือนมกราคม 2566 ถึง เมษายน 2566 โดยไม่รู้ถึงจำนวนที่แน่นอน จึงได้มีการนำวิธีการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ ในการหาผลลัพธ์โดยวิธีการทางคณิตศาสตร์กลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Yamane, 1973) จากการหาผลลัพธ์โดยวิธีการทางคณิตศาสตร์ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดี ผู้วิจัยเพิ่มจำนวนตัวอย่างร้อยละ 5 ของขนาดของขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าซึ่งตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส.ที่อยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในระหว่างเดือนมกราคม 2566 ถึง มิถุนายน 2566 ซึ่งใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) โดยทำการเลือกและเก็บข้อมูลจากผู้ให้กลุ่มแรกข้อมูลแรกที่เป็นบุคคลธรรมดา อายุ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ที่ใช้บริการของ ธ.ก.ส. โดยให้ผู้ให้ข้อมูลนั้นแนะนำตัวอย่างบุคคลถัดไปจนกระทั่งได้ครบ

การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

ในการวิจัยนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งได้รับการพัฒนาโดยเริ่มจากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้การออม และความตั้งใจซื้อ จากนั้นจึงออกแบบแบบสอบถามให้สอดคล้องกับแนวคิดที่ศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้การออม ความตั้งใจซื้อ และข้อเสนอแนะอื่นๆ ทั้งนี้ได้ออกแบบข้อคำถามให้มีความชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ได้มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ ผ่านดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือค่าดัชนีความสอดคล้องต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.5 (Rovinelli, & Hambleton, 1977) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (Pre-test) จำนวน 40 คน เพื่อประเมินความชัดเจนและความเหมาะสมของข้อคำถาม

นอกจากนี้ ได้วิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยตั้งเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (Vanichbuncha, 2012; Pasunont, 2012)

สถิติที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ตลอดจนปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้การออม และความตั้งใจซื้อ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 ใช้ t-test และ ONE Way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจซื้อ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

2.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาผลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจซื้อ

2.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาผลของการรับรู้การออมที่มีต่อความตั้งใจซื้อ

ผลการวิจัย

1. การศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัล

เพศ พบว่า ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

t-test for Equality of Means	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	df	Sig.
ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส.	ชาย	3.9942	0.44427	2.997	398	0.003*
	หญิง	3.8611	0.43541			

*ระดับนัยสำคัญ

อายุ พบว่า ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.405 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในระดับอายุต่างๆ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
Between Groups	5	1.003	0.201	1.020	0.405
Within Groups	394	77.507	0.197		
Total	399	78.510			

สถานภาพ พบว่า ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามสถานภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่แตกต่างกัน โดยสถานภาพโสด ให้ความสำคัญน้อยกว่า สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในสถานภาพต่างๆ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
Between Groups	2	1.661	0.830	4.289	0.014*
Within Groups	397	76.850	0.194		
Total	399	78.510			

*ระดับนัยสำคัญ

ระดับการศึกษา พบว่า ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.229 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในระดับการศึกษาต่างๆ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
Between Groups	2	0.582	0.291	1.482	0.229
Within Groups	397	77.929	0.196		
Total	399	78.510			

อาชีพ พบว่า ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.354 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในอาชีพต่างๆ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
Between Groups	4	0.868	0.217	1.104	0.354
Within Groups	395	77.642	0.197		
Total	399	78.510			

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่แตกต่างกัน โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญน้อยกว่า 40,001 - 50,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ให้ความสำคัญน้อยกว่า 30,001 - 40,000 บาท

รวมถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ให้ความสำคัญน้อยกว่า 30,001 -40,000 บาท และ 40,001 -50,000 บาท มีรายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
Between Groups	5	4.486	0.897	4.775	0.000*
Within Groups	394	74.025	0.188		
Total	399	78.510			

*ระดับนัยสำคัญ

2. การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้านจะมีผลในความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน X_1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ X_2 และด้านความตั้งใจใช้ X_3 มีค่า Sig เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน X_1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ X_2 และด้านความตั้งใจใช้ X_3 ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.111	0.167		-0.663	0.508
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน X_1	0.341	0.062	0.268	5.491	0.000*
การรับรู้ประโยชน์ X_2	0.297	0.048	0.290	6.154	0.000*
ความตั้งใจใช้ X_3	0.389	0.060	0.317	6.441	0.000*

*ระดับนัยสำคัญ

3. การรับรู้การออมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ผลการวิเคราะห์ด้านการรับรู้การออม พบว่า ด้านการใช้งาน X_1 ด้านสังคม X_2 ด้านอารมณ์ X_3 ด้านความประหลาดใจ X_4 และด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข X_5 มีค่า sig เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การออม ด้านการใช้งาน X_1 ด้านสังคม X_2 ด้านอารมณ์ X_3 ด้านความประหลาดใจ X_4 และด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข X_5 ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยการรับรู้การออมที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. อาย้อยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยด้านการรับรู้การออม	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.408	0.125		3.260	0.001
ด้านการใช้งาน X_1	0.148	0.035	0.175	4.200	0.000*
ด้านสังคม X_2	0.118	0.027	0.149	4.393	0.000*
ด้านอารมณ์ X_3	0.174	0.033	0.207	5.297	0.000*
ด้านความประหลาดใจ X_4	0.325	0.036	0.349	9.019	0.000*
ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข X_5	0.133	0.029	0.169	4.543	0.000*

*ระดับนัยสำคัญ

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์บางประการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ขณะที่อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพไม่มีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริโภคเพศหญิงมีความตั้งใจซื้อสูงกว่าผู้บริโภคเพศชาย ซึ่งอาจสะท้อนถึงพฤติกรรมและทัศนคติที่ผู้หญิงมักให้ความสำคัญกับการวางแผนการเงินและการออมมากกว่า นอกจากนี้ กลุ่มผู้ที่มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกันมีความตั้งใจซื้อสูงกว่า อาจเป็นเพราะมีความรับผิดชอบด้านครอบครัวและการวางแผนทางการเงินร่วมกัน ส่งผลให้มีแนวโน้มเลือกลงทุนหรือออมเงินในรูปแบบสลากดิจิทัลมากขึ้น ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผล เนื่องจากกลุ่มที่มีรายได้ในช่วง 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีความมั่นคงทางการเงินมากพอที่จะตัดสินใจซื้อสลากอย่างมีเหตุผล ขณะเดียวกัน รายได้ที่เหมาะสมยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายและออมเงินในรูปแบบนี้ ในทางตรงกันข้าม อายุกับระดับการศึกษาไม่ได้มีผลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจเป็นเพราะสลากดิจิทัลเป็นผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงง่ายและไม่จำเป็นต้องมีความรู้เฉพาะทางสูง ทำให้กลุ่มอายุและการศึกษาต่าง ๆ มีโอกาสและความตั้งใจซื้อในระดับใกล้เคียงกัน ขณะที่อาชีพก็ไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมซื้อสลากดิจิทัล เนื่องจากพฤติกรรมการออมและการลงทุนในสลากอาจขึ้นกับสถานะทางการเงินและความต้องการส่วนบุคคลมากกว่าประเภทของงาน

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangkaew (2013) และ Intaranuruk (2011) ที่พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ เช่น เพศ สถานภาพสมรส และรายได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากและการซื้อสลากออมทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Thungjang (2017) ที่ชี้ให้เห็นว่ารายได้และโอกาสทางเศรษฐกิจมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคและการออม โดยเมื่อรายได้และโอกาสทางเศรษฐกิจดีขึ้น บุคคลจะมีความมั่นใจและพร้อมใช้จ่ายหรือลงทุนในสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าสูงขึ้น

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และความตั้งใจใช้ มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ช่วยลดอุปสรรคทางด้านเทคนิคและความกังวลของผู้ใช้ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจและพร้อมที่จะทดลองใช้สลากดิจิทัลโดยไม่ซับซ้อน ขณะเดียวกัน การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ที่เห็นได้ชัดเจน เช่น โอกาสในการออมเงินและผลตอบแทนที่น่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการซื้อสลากดิจิทัลตอบโจทย์ความต้องการทางการเงินได้

จริง ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจที่จะลงทุนมากขึ้น นอกจากนี้ ความตั้งใจใช้ที่เกิดจากทัศนคติและความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ยังทำหน้าที่เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการลงทุน

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ที่ชี้ว่าการรับรู้ความง่ายและประโยชน์ของเทคโนโลยีส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งาน (Davis, 1989) โดยศึกษาของ Prathum and U-senyang (2022) ก็ยืนยันว่าทัศนคติในการใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ นอกจากนี้ งานวิจัยของ Sangthong (2020) และ Chaiyala (2020) ยังสนับสนุนว่าการรับรู้การออมและการยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยเชิงบวกที่ส่งเสริมการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้งานง่ายและมีประโยชน์เป็นหัวใจสำคัญที่จะเพิ่มการยอมรับและความนิยมของสลากดิจิทัล

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การออมของสลากดิจิทัล ผลการศึกษพบว่า การรับรู้การออม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

การรับรู้การออมด้านการใช้งานสะท้อนถึงความเชื่อว่าการลงทุนในสลากดิจิทัลสามารถตอบสนองความต้องการและมีประโยชน์จริงในเชิงปฏิบัติ ขณะที่มิติด้านสังคมสะท้อนบทบาทของการยอมรับจากสังคมรอบข้างและการเสริมสร้างภาพลักษณ์ในกลุ่มผู้ลงทุน ด้านอารมณ์และความประหลาดใจช่วยเพิ่มแรงจูงใจผ่านประสบการณ์ที่น่าประทับใจและสร้างความตื่นตัว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น ส่วนคุณค่าที่มีเงื่อนไข (Conditional Value) แสดงถึงการได้รับประโยชน์หรือสิทธิพิเศษในสถานการณ์เฉพาะ ซึ่งเพิ่มความน่าสนใจและความคุ้มค่าในการลงทุน

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ Sweeney and Soutar (2001) ที่แบ่งคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ออกเป็น 5 มิติหลัก ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ นอกจากนี้ งานวิจัยของ Sangthong (2020) ก็ยืนยันว่าการรับรู้การออมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ การที่สลากดิจิทัลสามารถสร้างคุณค่าในหลายมิติจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและขยายฐานผู้ลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การยอมรับเทคโนโลยี

1.1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ ควรตรวจสอบระบบการใช้งานของแอปพลิเคชันอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากหากระบบมีปัญหาหรือใช้งานยาก จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจและเสียเวลา ทำให้ลดความตั้งใจในการลงทุนและใช้งานแอปพลิเคชันของ ธ.ก.ส.

1.2 ด้านความตั้งใจใช้ ควรเพิ่มการทำตลาดและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและความสนใจของผู้บริโภคต่อแอปพลิเคชันของ ธ.ก.ส. เพราะความตั้งใจใช้สูงขึ้นมีแนวโน้มทำให้เกิดการใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. การรับรู้การออมของสลากดิจิทัล

2.1 ด้านการใช้งานและด้านความประหลาดใจ ควรพัฒนาระบบให้สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกเหนือจากวันและเวลาทำการของธนาคาร เพื่อรองรับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสะดวกและประสบการณ์ที่ดีในการใช้งาน

2.2 ด้านสังคมและด้านอารมณ์ ควรปรับปรุงและออกแบบแอปพลิเคชันให้มีความทันสมัย สวยงาม และใช้งานง่าย เพื่อสร้างความประทับใจและความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดความรู้สึกดีและแรงจูงใจในการใช้งานและแนะนำต่อในกลุ่มสังคมของตน

2.3 ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข ควรพัฒนาระบบให้ช่วยลดขั้นตอนและเวลาในการติดต่อกับธนาคาร เช่น การแจ้งเตือนรางวัล หรือการขอรับรางวัลออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวก ลดความยุ่งยาก และกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและตัดสินใจลงทุนอย่างต่อเนื่อง

3. ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัล ควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และโปรโมชันอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นความสนใจและส่งเสริมให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลของ ธ.ก.ส. มากยิ่งขึ้น โดยควรครอบคลุมทุกขั้นตอน เช่น การใช้งานแอปพลิเคชัน การตรวจสอบรางวัล และการรับรางวัล เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและความมั่นใจในการลงทุน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจจะมีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี เช่น ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยด้านสถานการณ์ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในตัวแอปพลิเคชัน และปัจจัยด้านพฤติกรรม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคนในเขตจังหวัดอุบลราชธานีเท่านั้น ดังนั้นควรขยายขอบเขต ด้านประชากรให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ความแตกต่างทางด้านความคิด ค่านิยม และได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives. (2022). *Annual Report 2021*. Retrieved from <https://www.baac.or.th/file-upload/BAAC%20Annual%20Report%2064-TH.pdf>
- Capital Market Development Promotion Center. (2010). *Financial Planning Course: Module 1: Basics of Financial Planning*. Bangkok: Capital Market Development Promotion Center.
- Chaiyala, N. (2020). *Factors Affecting Decision Making to Invest in Digital SALAK on MYMO of the Government Savings Bank Customers* (Master's thesis). Silpakorn University. Retrieved from <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3067/1/61602330.pdf>
- Davis, F. D. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Financial Consumer Protection Center. (n.d.). *Savings*. Retrieved from <https://www.1213.or.th/th/moneymgt/save/Pages/save.aspx>
- Government Housing Bank. (2022). *Annual Report of the Government Housing Bank for the Fiscal Years 2020-2021*. Retrieved from <https://www.ghbank.co.th/information/report/annual-report/>
- Intaranuruk, J. (2011). *Factors Influencing Buying Decision on Special Premium Savings Certificate: A Case Study of the Government Savings Bank at Kohk Gruat Branch, Nakhon* (Individual Study). Rajamangala University of Technology Thanyaburi. Pathumthani.
- National Statistical Office. (2021). *Agriculture and Fisheries statistics*. Retrieved from http://statbbi.nso.go.th/staticreport/Page/sector/TH/report/sector11_3_TH_.xls
- Pasunont, P. (2012). *Business Statistics*. Bangkok: Thai-Nichi Institute of Technology. Bangkok: Learning Resource Center.
- Pratum, S., & U-senyang, S. (2022). Information Technology Acceptance in the New Normal. *Journal of Lawasri*, 6(1), 1–18. retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/lawasrijo/article/view/257078>

- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2(2), 49–60.
- Sangthong, P. (2020). *Factors Influencing Intention to Buy Digital Lotteries of Government Savings Bank Customers in the Bangkok Metropolitan Area* (Master's thesis). Srinakharinwirot University. Bangkok.
- Sangkaew, S. (2013). *Factors Affecting Decision-Making in Using the Premium Saving Bond Service at the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), Ranong Province* (Master's thesis). Burapha University. Retrieved from <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/16844/1/54930476.pdf>
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77, 203–220.
- Thungjang, A. (2017). *Factors Influencing the Decision to Choose to Watch Programs via Online Media* (Master's Thesis). Thammasat University. Pathum Thani.
- Vanichbuncha, K. (2013). *Statistical Analysis: Statistics for Management and Research* (14th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University, Faculty of Commerce and Accountancy, Department of Statistics.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

Received:	27-12-2024
Revised:	30-01-2025
Accepted:	03-02-2025

โมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ ในกลุ่ม
จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1
Learning Extension Model to Become Agricultural Entrepreneurs of Young Smart
Farmers in Lower Northeastern Province Group 1

ศรีสุตา ศรีละ^{*1}

Seesuda Seela

Seesudapam110782@gmail.com

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ²

Benchamas Yooprasert

yooprasertb@gmail.com

สินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม²

Sineenuch Khрутmuang Sanserm

tukstou@hotmail.com

ปริญญารัตน์ ภูศิริ³

Parinyarat Poosiri

p_poosiri@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการเรียนรู้และความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ 2) การเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ 3) การส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของนักส่งเสริมการเกษตร 4) ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ 5) สร้างและประเมินโมเดลการส่งเสริมเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร ของเกษตรกรรุ่นใหม่

* Corresponding Author

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Student in Doctor of School of Agricultural and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University

² สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Agricultural and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University

³ งานส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

Agricultural Extension Research and Development Division, Department of Agricultural Extension

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมวิธี ศึกษากับประชากร 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เกษตรกรรุ่นใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ในจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์ บุรีรัมย์ จำนวน 1,800 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาร์ ยามาเน ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ จำนวน 327 คน สุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยวิธีจับสลาก 2) เกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ จังหวัดละ 2 คน รวม 8 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา 3) นักส่งเสริมการเกษตรที่ทำงานกับเกษตรกรรุ่นใหม่ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วย นักส่งเสริมการเกษตรระดับจังหวัด คัดเลือกตัวแทนโดยเจาะจง จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน นักส่งเสริมการเกษตรระดับอำเภอ คัดเลือกตัวแทนโดยเจาะจงทุกอำเภอใน 4 จังหวัด รวมจำนวน 92 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรรุ่นใหม่ ได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้ และมีความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านเนื้อหาความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการ ในระดับมาก ในด้านคุณภาพสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย การจัดการธุรกิจและการตลาดผลผลิตทางการเกษตร การเพิ่มผลผลิต และการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน 2) การเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ มีองค์ความรู้ ที่สำคัญในการเป็นผู้ประกอบการเกษตร ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การแปรรูปและการขออนุญาตสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) นวัตกรรมทางด้านการเกษตร และการทำตลาดออนไลน์ 3) สภาพการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักส่งเสริมเกษตร พบว่า นักส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการเรียนรู้ให้เกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรในประเด็นการเชื่อมโยงการเรียนรู้ ให้สอดคล้องกับการทำงาน ให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ได้จริง โดยส่วนใหญ่ส่งเสริมความรู้ในเรื่องการทำการเกษตร และมีวิธีการส่งเสริมผ่านช่องทางไลน์ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ 4) ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร เชิงบวก ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำการเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม ความต้องการส่งเสริมด้านกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ ความต้องการส่งเสริมด้านเนื้อหาความรู้ ปัจจัยเชิงลบ ได้แก่ การได้รับการส่งเสริมการเตรียมการส่งเสริมการเรียนรู้ และการประเมินผลการเรียนรู้ 5) โมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ในกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ที่สร้างขึ้นประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) แหล่งข้อมูลการเรียนรู้ คือ สมาชิกในครัวเรือน สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ ผู้เชี่ยวชาญ และสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยส่งเสริมให้ผู้เรียน เกิดการรวมกลุ่มชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (2) เนื้อหาความรู้ เน้นการเรียนรู้ด้านการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย การจัดการธุรกิจและการตลาดผลผลิตทางการเกษตร การเพิ่มผลผลิต การผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การแปรรูปและการขออนุญาต อย. นวัตกรรมทางด้านการเกษตร และการทำตลาดออนไลน์ (3) กระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ เป็นการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง โดยเน้นให้เกษตรกรรุ่นใหม่รับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเอง และการมีอิสระในการเรียนรู้ (4) ผลการส่งเสริมกับเกษตรกรรุ่นใหม่ คือการเป็นผู้ประกอบการเกษตร ที่มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติด้านการผลิต ทางการเกษตรและด้านธุรกิจเกษตรและการตลาด และจากการประเมินความคิดเห็นต่อโมเดลที่สร้างขึ้นนี้พบว่าโมเดล มีความเป็นประโยชน์ ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: โมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้, ผู้ประกอบการเกษตร, เกษตรกรรุ่นใหม่

Abstract

The purposes of this research were to study 1) the learning conditions and the need for learning extension to become the agricultural entrepreneurs of young smart farmers, 2) the learning of young smart farmers who were model agricultural entrepreneurs, 3) there was the learning extension to young smart farmers to become the agricultural entrepreneurs of the agricultural extensionists, 4) factors that affected learning extension as the agricultural entrepreneurs of young smart farmers, 5) there was the creation and evaluation of a learning extension model to become the agricultural entrepreneurs of young smart farmers.

This research was mixed methods research with 3 population groups: 1) the 1,800 young smart farmers in the lower northeastern region such as Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum, Surin, and Buriram provinces. The sample size was determined by Taro Yamane's formula which had an error value of 0.05. The sample size was 327 people using the simple random sampling by lottery method; 2) A total of 8 young smart farmers (2 people from each province) were selected as the model agricultural entrepreneurs. The data were collected by in-depth interviews and analyzed by content analysis; 3) Agricultural extensionists who worked with young smart farmers in the lower northeastern provincial group 1. They consisted of the provincial agricultural extensionists. Representatives of 1 person per province, totaling 4 people were selected specifically; A total of 88 district agricultural extensionists were specifically selected as representatives from all districts of 4 provinces. Therefore, the total number of district and provincial agricultural extensionists was 92 people. Data were collected by questionnaires and analyzed by using descriptive statistics, multiple regression analysis, and content analysis.

The results of this research found that 1) It was a high level of the received learning extension and the required learning extension of overall knowledge content. There was a need for a standard of quality of safe agricultural products, business management and agricultural product marketing, agricultural productivity, and production of standardized agricultural products at a high level. 2) Young smart farmers were the model agricultural entrepreneurs who had the learned important knowledge to be agricultural entrepreneurs. It consisted of accessing the fund sources, processing and asking permission from the Food and Drug Administration (FDA), agricultural innovations, and online marketing. 3) The learning extensional conditions of agricultural extensionists found that they mostly promoted the learning for young smart farmers to be agricultural entrepreneurs who could link learning to be consistent with work and apply the obtained knowledge in practice. They mostly promoted farming knowledge and used social media such as Line application. 4) Factors that affected learning extension to be the agricultural entrepreneurs as follows. Positive factors included experience in farming, participation of group members, the promotional requirement for the learning extensional process, and the promotional requirement for knowledge content. Negative factors included the promotional receiving in the preparation steps of learning extension and the steps of learning evaluation. 5) A learning extension model to be the agricultural entrepreneurs of young smart farmers in the lower northeastern provincial group 1 that was created. It consisted of 4 main components: (1) learning information sources were household members, members of the young smart farmer network, experts, and information technology, which promoted learners to group the professional learning communities; (2) knowledge content emphasized learning on the production of safe agricultural products, business management and agricultural product marketing, agricultural productivity, production of standardized agricultural products, accessing the fund sources, processing and asking permission from the FDA, agricultural innovations, and online

marketing; (3) the learning extension process was self-directed learning that emphasized the young smart farmers being responsible for their learning and having independent learning; (4) the results of the extension on young smart farmers showed that they were agricultural entrepreneurs with knowledge and skills in the practices of agricultural production, farm business, and marketing. The evaluation result of opinions on the created model was found that the model had the highest benefit, suitability, and possibility.

Keywords: Learning extension model, Agricultural entrepreneur, Young Smart Farmer

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยต้องเผชิญกับภาวะการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสภาวะสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ความก้าวหน้า ทางนวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ที่ทำให้ระบบการเกษตรตั้งแต่การเกษตรระดับต้นน้ำ กลางน้ำจนถึงปลายน้ำเปลี่ยนแปลงไป จากการรายงานของ Department of Agricultural Extension (2023, pp.1-5) คาดการณ์ว่าใน ปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทย จะมีสถานการณ์และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งเสริมการเกษตร ที่สำคัญ ได้แก่ สภาพการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ ต่อภาคเกษตร โครงสร้างประชากรโลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การขยายตัวของความเป็นเมือง และมาตรการกีดกันทางการค้า ปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัย ที่ส่งผลกระทบต่อการส่งเสริมการเกษตรในปัจจุบันและอนาคต ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเกษตรรุ่นใหม่ เพื่อทดแทนแรงงานภาคการเกษตร จากปัญหาโครงสร้างประชากรโลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้มุ่งเน้น ให้มีการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยการเพิ่มการจ้างงานในภาคการเกษตร เพื่อดึงดูดแรงงานวัยหนุ่มสาว และยกระดับอาชีพเกษตรกรรมให้มีรายได้ต่อหัวเพิ่มขึ้น มีความภาคภูมิใจในอาชีพ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) หมายความว่า 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง โดยเป้าหมายที่ 3 การเพิ่มศักยภาพและบทบาทของผู้ประกอบการเกษตรในฐานะหุ้นส่วนเศรษฐกิจของห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับส่วนแบ่งประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา สุรินทร์ บุรีรัมย์ และชัยภูมิ มีการใช้ประโยชน์ที่ดิน เพื่อเป็นพื้นที่เกษตรกรรม 22.16 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 69.0 ของพื้นที่กลุ่มจังหวัด สำหรับยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลุ่มจังหวัด ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ด้านการเกษตรสร้างมูลค่านำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปหรือเพิ่มมูลค่าผ่านขั้นตอนต่างๆ และการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ ยุคใหม่ที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ จากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาด้านการเกษตร ได้แก่ เกษตรกรเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการเกษตรได้น้อย เกษตรกรขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการตั้งแต่การผลิตจนถึงการเก็บเกี่ยวแปรรูปและเพิ่มมูลค่า ต้นทุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรสูงขึ้น ขาดแคลนแรงงานคนรุ่นใหม่ที่จะทำงานในภาคเกษตร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต การแปรรูป เทคโนโลยี นวัตกรรมและการส่งออก เกษตรกรขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง เกษตรกรมีหนี้สินภาคการเกษตรสูง และสินค้าเกษตรมีผลผลิตภาพต่ำ (Integrated Provincial Administration Committee, Lower Northeastern Region Provincial Group 1, 2024, p.230)

จากสถานการณ์ดังกล่าว การวิจัยเพื่อพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการด้านการเกษตร จึงมีความสำคัญและจำเป็นมาก ที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อให้เกษตรกรรุ่นใหม่ ได้พัฒนาตนเองจนสามารถเป็นผู้ประกอบการเกษตร จึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาโมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการเรียนรู้และความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่
2. เพื่อศึกษาการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ
3. เพื่อศึกษาการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของนักส่งเสริมการเกษตร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่
5. เพื่อสร้างและประเมินโมเดลการส่งเสริมเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่

วิธีการวิจัย

เชิงปริมาณ

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาสภาพการเรียนรู้และความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประชากรคือ เกษตรกรรุ่นใหม่ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์ บุรีรัมย์ จำนวน 1,800 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ จำนวน 327 คน สุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยวิธีจับสลาก การเก็บข้อมูลจากเกษตรกรรุ่นใหม่เหล่านี้โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา

เชิงคุณภาพ

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จังหวัดละ 2 คน รวม 8 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

เชิงปริมาณ

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การศึกษาการส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร ของนักส่งเสริมการเกษตร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักส่งเสริมการเกษตรระดับจังหวัด คัดเลือกตัวแทนโดยเจาะจง จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน นักส่งเสริมการเกษตรระดับอำเภอ คัดเลือกตัวแทนโดยเจาะจงทุกอำเภอใน 4 จังหวัด รวม 92 คน การเก็บข้อมูลจากเกษตรกรรุ่นใหม่และนักส่งเสริมการเกษตรเหล่านี้ โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา

4. วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยการนำข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

5. วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร เพื่อสร้างโมเดลการส่งเสริมเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการเกษตร ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประชากรเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จังหวัดละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน นักส่งเสริมการเกษตรที่เกี่ยวข้องจังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการเกษตร จังหวัดละ 2 คน รวม 8 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลการส่งเสริมเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการเกษตร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา 3) การประเมินโมเดลการส่งเสริมเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรในกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประชากร คือเกษตรกรรุ่นใหม่คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 30 คน เกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ คัดเลือกจังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน นักส่งเสริมการเกษตรที่ทำงานส่งเสริม กับเกษตรกรรุ่นใหม่ จังหวัดละ 2 คน รวม 8 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร ของเกษตรกรรุ่นใหม่ รวม 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสนทนากลุ่ม การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสัมภาษณ์กับเกษตรกรรุ่นใหม่ 30 รายและใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

เกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ นักส่งเสริมเกษตรกรที่ทำงานส่งเสริมกับเกษตรกรรุ่นใหม่ และผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยใช้สถิติพรรณนาและวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพการเรียนรู้และความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร ของเกษตรกรรุ่นใหม่ ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีดังนี้

1.1 สภาพทางสังคม พบว่า เกษตรกรรุ่นใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 40.33 ปี จบการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร โดยร้อยละ 43.4 เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ร้อยละ 53.8 ไม่มีตำแหน่งทางสังคม ร้อยละ 42.2 มีประสบการณ์ ในการทำการเกษตรอยู่เฉลี่ย 8.92 ปี ร้อยละ 68.8 ได้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการเกษตร ร้อยละ 83.8 ไม่มีการจดทะเบียนการค้าที่เกี่ยวกับธุรกิจเกษตร

1.2 สภาพทางเศรษฐกิจ พบว่า ร้อยละ 66.1 เกษตรกรรุ่นใหม่มีการถือครองพื้นที่ทำการเกษตรเป็นของครอบครัว รองลงมา ร้อยละ 51.9 เป็นของตนเอง ร้อยละ 29.0 มีพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด จำนวน 1-10 ไร่ รองลงมา ร้อยละ 27.5 มีพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด จำนวน 11-20 ไร่ มีพื้นที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 23.66 ไร่ มีจำนวนแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.49 คน และแรงงานนอกครัวเรือน เฉลี่ย 2.99 คน มีรายได้ภาคการเกษตรเฉลี่ย 163,971.38 บาทต่อ

1.3 สภาพการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกร มีรายละเอียดดังนี้

การได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านกระบวนการเรียนรู้ จากการศึกษา พบว่า

- ขั้นตอนเตรียมการส่งเสริมการเรียนรู้ เกษตรกรร้อยละ 86.5 ได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านการวิเคราะห์ วางแผนบริหารจัดการผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ร้อยละ 83.5 ได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับ การจัดระบบการเรียนรู้เพื่อการบรรลุเป้าหมายด้วยตนเอง และการสร้างความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการเรียนรู้กับเป้าหมายการเรียนรู้เท่ากัน

- การดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ เกษตรกรรุ่นใหม่ ร้อยละ 85.6 ได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้การเชื่อมโยง การเรียนรู้ให้สอดคล้องกับการทำงานและการดำรง ชีวิตของเกษตรกรรุ่นใหม่ให้สามารถนำความรู้ที่เรียนไปใช้งานได้จริงมากที่สุด และร้อยละ 85.3 ได้รับการประยุกต์ความรู้ไปใช้ในประเด็นปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในวิชาชีพของเกษตรกรรุ่นใหม่

- ขั้นตอนประเมินผลการเรียนรู้ เกษตรกรรุ่นใหม่ ร้อยละ 82.6 ได้รับการกำหนดแหล่งข้อมูล ทั้งจากเจ้าหน้าที่ และผ่านทางระบบสารสนเทศและการสื่อสารอื่นๆ เช่น Internet, Mobile Phone, Smart Phone ร้อยละ 82.6 มีการนำข้อมูลการประเมินผล การเรียนรู้มาใช้ในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาอาชีพของตนเองได้มากที่สุด

1.4 ระดับความต้องการในกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่

ความต้องการในกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ขั้นตอนการเตรียมการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) ทั้งนี้มีความต้องการในระดับมากที่สุดทุกประเด็น ได้แก่ ความต้องการให้เกษตรกรรุ่นใหม่รับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเอง ($\bar{X} = 4.14$) การเน้นให้เกษตรกรมีอิสระในการคิดและการตัดสินใจทางการเรียนรู้ ใช้การเรียนรู้ในการกำกับตนเองเป็นสำคัญ ($\bar{X} = 4.14$) และการกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ให้เกษตรกรรุ่นใหม่ สามารถวางแผนและจัดระบบการเรียนรู้ เพื่อการบรรลุเป้าหมายด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.14$)

ความต้องการในกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ขั้นตอนการดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ มีความต้องการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ซึ่ง มีความต้องการในระดับมากที่สุด 1 ประเด็น คือ การเชื่อมโยงการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับการทำงานและการดำรงชีวิตของเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้สามารถนำความรู้ที่เรียนไปใช้งานได้จริงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$)

และมีความต้องการในระดับมาก 1 ประเด็น คือ การใช้และการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติเป็นแนวทาง การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.20$)

ความต้องการในกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ขั้นตอนการประเมินผล มีความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) ซึ่งมีความต้องการในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ การนำข้อมูลการประเมินผลการเรียนรู้มาใช้ในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาอาชีพของตนเองได้ ($\bar{X} = 4.18$) และการกำหนดแหล่งข้อมูล ทั้งจากเจ้าหน้าที่ และผ่านทางระบบสารสนเทศ และการสื่อสารอื่นๆ เช่น Internet, Mobile Phone, Smart Phone เป็นต้น ($\bar{X} = 4.16$)

1.5 การได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้และความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านเนื้อหาความรู้

การได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านเนื้อหาความรู้ พบว่าเกษตรกรรุ่นใหม่ร้อยละ 89.6 ได้รับความรู้ เกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค รองลงมา ร้อยละ 89.3 ได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม/สังคม และร้อยละ 88.7 ได้รับความรู้ในเรื่องการทำการเกษตร

ความต้องการการส่งเสริมในด้านเนื้อหาความรู้ ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความรู้เกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.24$) ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาดผลผลิตทางการเกษตร ($\bar{X} = 4.23$) และมีความต้องการ อยู่ในระดับมาก คือ ความรู้ด้านการจัดการกระบวนการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรและความรู้การผลิตที่ได้มาตรฐาน GAP GMP เกษตรอินทรีย์ หรือมาตรฐานอื่นๆ ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)

1.6 การได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้และความต้องการส่งเสริมการเรียนรู้ ผลการศึกษาตามลำดับดังนี้

การได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านวิธีการส่งเสริมการเรียนรู้ ผลการศึกษาตามลำดับดังนี้

- การส่งเสริมการเรียนรู้แบบกลุ่ม พบว่าเกษตรกรร้อยละ 90.5 ได้รับการฝึกอบรม รองลงมา ร้อยละ 87.8 มีการสาธิต และการศึกษาดูงาน
- การส่งเสริมการเรียนรู้แบบบุคคล พบว่าร้อยละ 86.5 เกษตรกรรุ่นใหม่ มีนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร มาเป็นพี่เลี้ยง รองลงมา ร้อยละ 85.3 มีการเรียนรู้จากภูมิปัญญาชาวบ้าน
- การส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า เกษตรกรรุ่นใหม่ ร้อยละ 82.6 ผ่านทางไลน์ รองลงมา ร้อยละ 82.0 ผ่านทางเฟซบุ๊ก

1.7 ความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านวิธีการส่งเสริมการเรียนรู้ ผลการศึกษาตามลำดับดังนี้

ความต้องการการส่งเสริมในวิธีการส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับดังนี้

- การส่งเสริมการเรียนรู้แบบกลุ่ม พบว่าเกษตรกรรุ่นใหม่มีความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้แบบกลุ่ม อยู่ในระดับมาก($\bar{X} = 4.10$) โดยต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยวิธีการสาธิต ($\bar{X} = 4.20$) การศึกษาดูงาน ($\bar{X} = 4.17$) และการฝึกอบรม ($\bar{X} = 4.16$)
- การส่งเสริมการเรียนรู้แบบบุคคล พบว่า พบว่า เกษตรกรรุ่นใหม่มีความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้ แบบบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) โดยต้องการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรที่เป็นพี่เลี้ยง ($\bar{X} = 4.13$) การเรียนรู้ผ่านผู้นำ ($\bar{X} = 4.09$) และการเยี่ยมเยียนที่บ้านและไร่นาแบบนิเทศ ($\bar{X} = 4.09$)
- การส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ พบว่าเกษตรกรรุ่นใหม่มีความต้องการการส่งเสริมการเรียนรู้ ผ่านออนไลน์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) โดยต้องการผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก ($\bar{X} = 4.18$) และไลน์ ($\bar{X} = 4.15$)

2. ผลการศึกษาการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก เฉียงเหนือตอนล่าง 1 จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก มีรายละเอียดดังนี้

1) กระบวนการเรียนรู้มีการกำหนดเป้าหมายในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจเกษตรของตนเองเป็นหลัก วางแผนการเรียนรู้ การผลิตผลผลิต การแปรรูป การจำหน่าย ดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน และมีการประเมินผลการเรียนรู้ในแบบการประเมินผลประกอบการทางธุรกิจ

2) เนื้อหาการเรียนรู้ ส่วนมากผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบมีความรู้เรื่องการทำธุรกิจเกษตรเป็นทุนเดิม กล่าวคือ มีประสบการณ์ในด้านการทำธุรกิจ และองค์ความรู้เรื่องการผลิต การตลาด การแปรรูปเบื้องต้น เนื้อหาที่เรียนรู้ส่วนใหญ่คือการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า การพัฒนาสายพันธุ์พืชสัตว์ และการเพิ่มรอบการผลิต

3) วิธีการเรียนรู้โดยขึ้นตนเอง ส่วนใหญ่เริ่มต้นเรียนรู้จากครอบครัว สื่อออนไลน์ เครือข่ายเกษตรกร สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี หน่วยงานราชการ

4) การขยายผล ส่วนใหญ่นำมาขยายผล ทดลองปฏิบัติ ดัดแปลงให้เหมาะกับพื้นที่ของตนเองเมื่อเกิดความชำนาญ สร้างเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตนเองและเป็นผู้รับซื้อผลผลิต

3. ผลศึกษาสภาพการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของนักส่งเสริมการเกษตร ในการส่งเสริมเกษตรกรรุ่นใหม่ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีรายละเอียดดังนี้

3.1 สภาพพื้นฐานของนักส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 38.59 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุราชการเฉลี่ย 6.20 ปี ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่เฉลี่ย 2.95 ปี

3.2 สภาพการผลการดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักส่งเสริมการเกษตร ด้านกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ ได้แก่

- ขั้นการเตรียมการส่งเสริมการเรียนรู้ พบว่า นักส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 94.6 มีการเน้นให้เกษตรกรมีอิสระในการคิด และการตัดสินใจทางการเรียนรู้ ใช้การเรียนรู้ในการกำกับตนเองเป็นสำคัญ และร้อยละ 92.4 เน้นให้เกษตรกรรุ่นใหม่รับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเอง

- ขั้นการดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ พบว่า นักส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 97.8 มีการเชื่อมโยงการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับการทำงานและการดำรงชีวิตของเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้สามารถนำความรู้ที่เรียนไปใช้งานได้จริงและการประยุกต์ความรู้ไปใช้ในประเด็นปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในวิชาชีพของเกษตรกรรุ่นใหม่

- ขั้นการประเมินผลการเรียนรู้โดย พบว่า นักส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 90.2 มีการกำหนดแหล่งข้อมูล ทั้งจากเจ้าหน้าที่ และผ่านทางระบบสารสนเทศและการสื่อสารอื่นๆ เช่น Internet, Mobile Phone, Smart Phone และร้อยละ 89.1 นำข้อมูลการประเมินผลการเรียนรู้มาใช้ในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาอาชีพของตนเองได้

3.3 สภาพการผลการดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักส่งเสริมการเกษตร ด้านเนื้อหา พบว่า นักส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 97.8 ส่งเสริมความรู้ในเรื่องที่ทำเกษตร รองลงมา ร้อยละ 94.6 ส่งเสริมความรู้ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการได้ ร้อยละ 94.6 ความรู้ด้านการจัดการกระบวนการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ร้อยละ 94.6 ความรู้เกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม/สังคม และร้อยละ 94.6 ความรู้การจัดการของเหลือจากการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งอยู่ในระดับเท่ากัน

3.4 สภาพการดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักส่งเสริมการเกษตร ด้านวิธีการส่งเสริม ผลการวิเคราะห์ การส่งเสริมการเรียนรู้แบบบุคคล พบว่า นักส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 90.2 มีการเยี่ยมเยียนที่บ้านและไร่นาแบบนิเทศ การส่งเสริมการเรียนรู้แบบกลุ่ม พบว่า นักส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 90.2 มีการฝึกอบรม และการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า นักส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 92.4 มีการส่งเสริมผ่านทางไลน์

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร

สมมุติฐานการวิจัยในครั้งนี้ คือ อายุ ระดับการศึกษา การเป็นสมาชิกกลุ่ม การเข้าร่วมเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ ประสบการณ์ในการทำการเกษตร การเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ การได้รับการส่งเสริม การเตรียมการส่งเสริมการ

เรียนรู้ การได้รับการส่งเสริม การดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ การได้รับการส่งเสริม การประเมินผลการเรียนรู้ ความต้องการส่งเสริม ด้านกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ ความต้องการส่งเสริม ด้านเนื้อหาความรู้ และความต้องการส่งเสริม ด้านวิธีการส่งเสริมการเรียนรู้ อย่างน้อย 1 ปัจจัยมีผลต่อความรู้ที่ได้รับจากการส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุความสัมพันธ์ของตัวแปรกับระดับความคิดเห็นต่อความรู้ที่ได้รับ ด้านเนื้อหาความรู้ (Y)

n=327

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	0.484	1.832	0.068
X ₃ = การเป็นสมาชิกกลุ่ม (กลุ่ม)	0.256	5.486**	0.000
X ₅ = ประสบการณ์ในการทำการเกษตร (ปี)	0.690	7.549**	0.000
X ₇ = การได้รับการส่งเสริม ขั้นตอนการเตรียมการส่งเสริมการเรียนรู้ (จำนวนข้อ)	-0.397	-4.167**	0.000
X ₉ = การได้รับการส่งเสริม ขั้นตอนการประเมินผลการเรียนรู้ (จำนวนข้อ)	-0.173	-5.192**	0.000
X ₁₀ = ความต้องการส่งเสริม ด้านกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย)	0.189	3.994	0.000
X ₁₁ = ความต้องการส่งเสริม ด้านเนื้อหาความรู้ (ค่าเฉลี่ย)	0.017	2.203	0.000
R ² = 0.603 Adjusted R ² = 0.595 SEE = 0.757 F = 4.853 Sig. of F = 0.028			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมการทำนายแนวโน้มความคิดเห็นต่อระดับความคิดเห็นต่อความรู้ที่ได้รับ ด้านเนื้อหาความรู้ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร คือ

$$Y = 0.484 + 0.256X_3 + 0.690X_5 - 0.397X_7 - 0.173X_9 + 0.189X_{10} + 0.017X_{11}$$

ซึ่งจากการศึกษา ปรากฏว่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.595 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปร ของตัวแปรตาม คือ ระดับความรู้ที่ได้รับจากการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร ได้ร้อยละ 59.5 ในตัวแปรอิสระทั้งหมด 12 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระ 6 ตัวแปร ที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การเป็นสมาชิกกลุ่ม ประสบการณ์ในการทำการเกษตร ความต้องการส่งเสริมด้านกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ และความต้องการส่งเสริมด้านเนื้อหาความรู้ ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้ ขั้นตอนการเตรียมการส่งเสริมการเรียนรู้ และขั้นตอน การประเมินผลการเรียนรู้ ตามลำดับ

5. สร้างและประเมินโมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรในกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

5.1 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการส่งเสริมการสร้างโมเดลการส่งเสริมเรียนรู้ ของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรตามกรอบแนวคิด SMCR ของเบอร์โล่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) แหล่งข้อมูลแห่งการเรียนรู้ (Source) ประกอบด้วย สมาชิกในครัวเรือน สมาชิกเครือข่ายเกษตรกร เกษตรกรรุ่นใหม่ และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ Tumhiran (2017, pp.5-14) ได้อธิบายว่า ผู้ส่งสาร (Source) หมายถึง ผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัสข้อมูลข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสารเพื่อผลในการสื่อสาร มีระดับความรู้ที่ดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลให้เหมาะสมและง่าย ต่อระดับความรู้ของผู้รับสาร

ตลอดจนมีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับสารด้วย และโดยมีนักส่งเสริมการเกษตรเป็นนักจัดการเรียนรู้ และควรสร้างชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพเพื่อรวบรวมผู้เชี่ยวชาญและเป็นแหล่งเรียนรู้ ในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ Yoprasit (2022, pp.51-60) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการสร้างชุมชน การเรียนรู้ทางวิชาชีพ ในการจัดการความรู้ในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวมกลุ่มชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์และระบุปัญหา/ สิ่งที่ต้องการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกและออกแบบและจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้/กิจกรรม/นวัตกรรม

ขั้นตอนที่ 4 การจัดการเรียนรู้/กิจกรรม /นวัตกรรม ลงมือปฏิบัติตามแผน

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินผลสนทนาสะท้อนผลหลังการปฏิบัติ

2) เนื้อหาความรู้ (Message) องค์ความรู้ที่นำไปส่งเสริม ซึ่งได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามเกษตรกรรุ่นใหม่ และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ มีดังนี้ คุณภาพสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย การจัดการธุรกิจและการตลาดผลผลิตทางการเกษตร กระบวนการเพิ่มผลผลิต กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การแปรรูป และการขอ อย. นวัตกรรมทางการเกษตร และการทำตลาดออนไลน์

3) ช่องทางการส่งเสริม (Chanel) ประกอบไปด้วย 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) กระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ (การเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง) โดยการเตรียมการเรียนรู้ เรียงลำดับตามความต้องการของเกษตรกร 2) การดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ และ 3) การประเมินผลการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ ได้แก่ การส่งเสริมการเรียนรู้แบบกลุ่ม รองลงมา การส่งเสริมการเรียนรู้แบบบุคคล การส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์

4) ผู้รับสื่อสาร (Receiver) คือ เกษตรกรรุ่นใหม่ โดยจะต้องมีความรู้และการปฏิบัติ ในแต่ละด้านดังนี้

4.1) ด้านการทำเกษตร ได้แก่ มีความรู้การเกษตรในเรื่องที่ตนเองทำอยู่ คุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค การจัดการกระบวนการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร การผลิตที่ได้มาตรฐาน GAP GMP เกษตรอินทรีย์ หรือมาตรฐานอื่นๆ การจัดการของเหลือจากการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม/สังคม และความรู้กระบวนการผลิต ที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

4.2) ด้านธุรกิจเกษตรและการตลาด ได้แก่ ความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงในธุรกิจและการตลาดสินค้าเกษตร ความรู้ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลและใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการได้ ความรู้ในการบริหารจัดการผลผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน ความรู้ในการวิเคราะห์วางแผน บริหารจัดการผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และความรู้ในด้านธุรกิจ และการตลาดผลผลิตทางการเกษตร

4.3) ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร เชิงบวก ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม ความต้องการส่งเสริม ด้านกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ ความต้องการส่งเสริม ด้านเนื้อหาความรู้เชิงลบ ได้แก่ การได้รับการส่งเสริม ขั้นตอนการเตรียมการส่งเสริมการเรียนรู้ และการประเมินผลการเรียนรู้

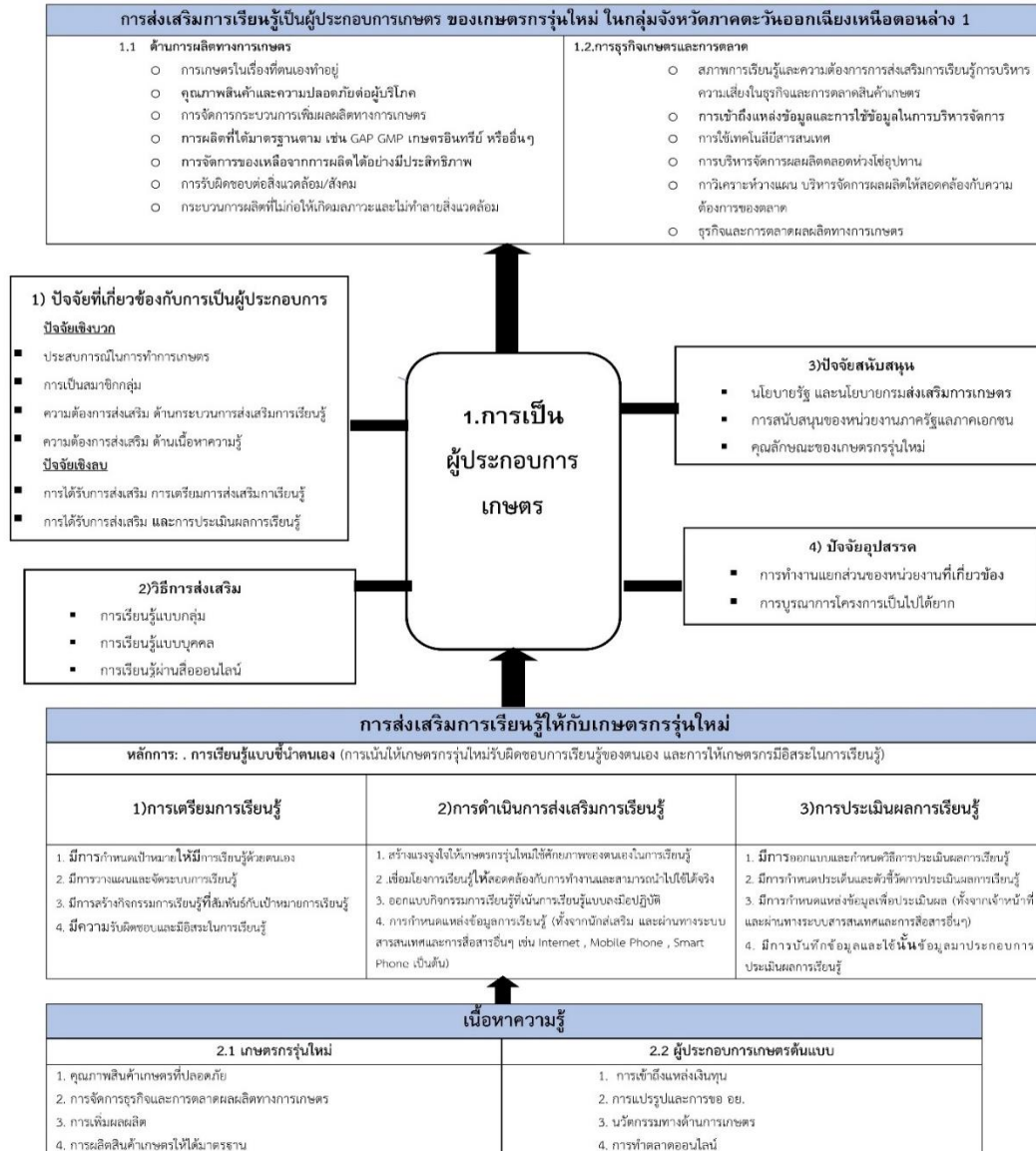
4.4) ปัจจัยหนุน ได้แก่ นโยบายรัฐ และนโยบายกรมการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

4.5) ปัจจัยอุปสรรค คือ การทำงานแยกส่วนกันของหน่วยงานต่างๆ เป็นเหตุให้การบูรณาการโครงการเป็นไปได้ยาก

5.2 ผลการประเมินโมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

การเพิ่มคุณลักษณะของเกษตรกรรุ่นใหม่ เป็นปัจจัยหนุน เนื่องจากเกษตรกรรุ่นใหม่ส่วนใหญ่มีความรู้ ระดับการศึกษาสูง ทันสมัย สามารถใช้เทคโนโลยีได้ สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ จึงเหมาะสมที่เป็นปัจจัยหนุนในการส่งเสริม การเรียนรู้ เพื่อเป็นผู้ประกอบการง่ายกว่า กลุ่มเกษตรกรอื่นๆ และให้แยกความรู้กับการปฏิบัติสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตร การเข้าถึงแหล่งข้อมูล และการใช้ข้อมูล

ในการบริหารจัดการให้เป็นข้อ้อยอีก 1 ข้อ คือ การมีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านปัญญาประดิษฐ์ จากผลการประเมินโมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ ประเมินความคิดเห็นต่อโมเดล พบว่าโมเดล มีความเป็นประโยชน์ ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ ในระดับมากที่สุด



ภาพที่ 1 โมเดลการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

อภิปรายผล

1. กระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ คือการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรรุ่นใหม่ ได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้ ความต้องการ ด้านกระบวนการเรียนรู้ ภาพรวมอยู่ในระดับมากและตรงกับความต้องการของเกษตรกรรุ่นใหม่ ทั้งจากเกษตรกรผู้เป็นผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบ และจากผลการศึกษานักส่งเสริมการเกษตรกร โดยมีประเด็นเน้น ที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องให้ความสำคัญมากขึ้น คือการเน้นให้เกษตรกรมีอิสระในการคิดและการตัดสินใจทางการเรียนรู้ ใช้การเรียนรู้ในการกำกับตนเองเป็นสำคัญ สอดคล้องสอดคล้องกับ Kusol and Samienpetch (2015, pp.166-168) ที่ศึกษาผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองโดยการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน สำหรับนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พบว่า รูปแบบการเรียนรู้แบบนำตนเองโดยใช้ปัญหาเป็นฐานในการสอนคือ นักศึกษาต้องเป็นผู้จัดกระบวนการเรียน ด้วยตนเอง โดยเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการในการเรียน การกำหนดจุดมุ่งหมายในการเรียน การวางแผนการเรียน การแสวงหาแหล่งวิทยาการและการประเมินผล เน้นให้นักศึกษาเรียนรู้หรือค้นพบความรู้ด้วยตนเอง มีโอกาสคิด ตลอดจน แสดงความคิดเห็น โดยมีกระบวนการวิจัย 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 พัฒนารูปแบบการเรียนรู้แบบนำตนเองโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ระยะที่ 2 ทดลองใช้รูปแบบที่พัฒนา และระยะที่ 3 ประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบที่พัฒนา

2. เนื้อหาความรู้ที่เกษตรกรได้รับการส่งเสริม กับความต้องการยังไม่สอดคล้องกันควรเน้นประเด็นด้านการจัดการธุรกิจและการตลาดผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเกษตรกรมีความต้องการในระดับมากที่สุดแต่ไม่ได้รับการส่งเสริมตามความต้องการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Low and MacMillan (1988, p.10) การตัดสินใจกล้าเสี่ยง การสรรหาปัจจัยการผลิต การสร้างนวัตกรรม ผู้ประกอบการ สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ทำให้เกิดผลตอบแทนด้านเศรษฐศาสตร์ (Stevenson, & Jarillo-Mossi, 1986, p.112) รวมทั้งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และได้รับผลตอบแทนทางการเงินที่มีผลต่อผลประโยชน์ของกิจการ (Covin, & Slevin, 1990, p.20; Scholthammer, 1982, p.25) ผู้ประกอบการทำหน้าที่ ใช้ทรัพยากรที่สอดคล้องกับโอกาสทางธุรกิจทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและทำให้เศรษฐกิจเติบโต

3. วิธีการส่งเสริมการเรียนรู้ จากผลการศึกษาวิธีการส่งเสริมการเรียนรู้ พบว่าวิธีที่นักส่งเสริมการเกษตรและเกษตรกรรุ่นใหม่ และผู้ประกอบการเกษตรสอดคล้องกันมากที่สุด คือวิธีการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก และไลน์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามวิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มและแบบบุคคลก็ยังจำเป็นอยู่เช่นกัน Malairat (2018, pp.102-103) ศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรกรตามแนวคิดเกษตรกรรุ่นใหม่ในพื้นที่อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก พบว่าเกษตรกรรุ่นใหม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้โดยการเข้ารับการอบรม ได้ศึกษาดูงานจากแปลง ค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและสิ่งพิมพ์ต่างๆ นำมาปรับใช้ในการทำการเกษตรภายในพื้นที่ของตนเอง เช่นเดียวกับ Tanunchailert (2015, p.110) ศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตรในจังหวัดพะเยา และ Boonyeam (2021, pp.185-186) ศึกษาโมเดลการส่งเสริมเกษตรอัจฉริยะในการผลิตพืชผักของเกษตรกรรุ่นใหม่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า ได้รับความรู้จากเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ยูทูบ เฟซบุ๊ก โปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน และไลน์ ตามลำดับ อาจเป็นเพราะเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคปัจจุบัน มีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายและมีประโยชน์ เป็นจำนวนมาก สามารถเข้าถึงได้สะดวก จึงทำให้เกษตรกรรุ่นใหม่ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารและความรู้ ที่ตรงตามความต้องการได้สะดวกและรวดเร็ว

4. การเป็นสมาชิกกลุ่ม และประสบการณ์ จะทำให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรมากขึ้น จากการศึกษา พบว่าเกษตรกรรุ่นใหม่ ต้องรู้จักการทำงานในระบบกลุ่มเครือข่าย ซึ่งผู้ประกอบการเกษตรต้นแบบทุกรายก็มีการดำเนินงาน แบบกลุ่มทุกราย และมีประสบการณ์ในการทำการเกษตร กล่าวคือ การลงมือปฏิบัติทดลองด้วยตนเอง เรียนรู้ด้วยตนเอง แล้วนำความรู้ไปกระจายสู่สมาชิกกลุ่ม ร้างกลุ่มเพิ่มอำนาจต่อรองทางธุรกิจ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย จากผลการศึกษายังมีเกษตรกรรุ่นใหม่หลายรายที่ไม่ได้ทำงานในรูปแบบกลุ่มสอดคล้องกับทฤษฎีสถาน (Field Theory) ของเคิร์ท เลวิน (Kurt Lewin) Paenthongkam (2002, pp.26-35) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพลังกลุ่มในแง่ของพฤติกรรม เมื่อเกิดกระบวนการกลุ่ม สมาชิกภายในกลุ่ม

จะมีการสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน มีการกำหนดเป้าหมาย การวางแผนการทำงานร่วมกัน เรียนรู้ และปฏิบัติกิจกรรมร่วมกัน นำไปสู่การสร้างเครือข่าย

5. การเตรียมการและความถี่ในการประเมินผลที่มากเกินไปจะทำให้การเป็นผู้ประกอบการลดลง จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการเตรียมการและการประเมินผลเป็นปัจจัยเชิงลบต่อการเป็นผู้ประกอบการเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของเกษตรกรรุ่นใหม่ ที่เกษตรกรต้องการมีอิสระในการคิดและการตัดสินใจทางการเรียนรู้ ใช้การเรียนรู้ในการกำกับตนเอง เป็นสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของ Rattanathongkham (2013, pp.117-118) กล่าวถึง ขั้นตอนการเรียนรู้ โดยกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเตรียมการส่งเสริมการเรียนรู้ โดยมีการกำหนดเป้าหมาย การวางแผนและจัดระบบการเรียนรู้ การสร้างความเข้าใจ การรับผิดชอบการเรียนรู้ และการมีอิสระในการคิดและการตัดสินใจทางการเรียนรู้ 2) การดำเนินการส่งเสริมการเรียนรู้ โดยมีการเชื่อมโยงเนื้อหาสาระของการเรียนรู้ การประยุกต์ความรู้ การสร้างแรงจูงใจ การใช้การเรียนรู้ลงมือปฏิบัติ การเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ และการเป็นจุดเรียนรู้ และ 3) การประเมินผลการเรียนรู้ โดยมีการออกแบบ และกำหนดวิธีการประเมินผลการเรียนรู้ การกำหนดประเด็นตัวชี้วัด การกำหนดแหล่งข้อมูลการเรียนรู้ การบันทึกข้อมูล และการนำข้อมูลการประเมินผล การเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาอาชีพ

ข้อเสนอแนะ

1. กระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ของเกษตรกรรุ่นใหม่ควรเป็นการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง จากผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ ที่พบว่า เกษตรกรรุ่นใหม่มีการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง ดังนั้นนักส่งเสริมการเกษตร ควรนำหลักการและวิธีการส่งเสริมการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง มาส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร โดยเน้นให้เกษตรกรมีอิสระในการคิดและการตัดสินใจทางการเรียนรู้ ใช้การเรียนรู้ในการกำกับตนเองเป็นสำคัญ

2. ส่งเสริมเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับกระบวนการเพิ่มผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย มาตรฐานสินค้าเกษตร และการจัดการธุรกิจและการตลาดผลผลิตทางการเกษตร จากผลการศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้ พบว่า เกษตรกรรุ่นใหม่ และผู้ประกอบการเกษตร ต้องการความรู้หลักที่สำคัญ คือ คุณภาพสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย การจัดการธุรกิจและการตลาดผลผลิตทางการเกษตร กระบวนการเพิ่มผลผลิต กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การแปรรูป และการขอ อย. นวัตกรรมทางด้านการเกษตร และการทำตลาดออนไลน์ นักส่งเสริมการเกษตรจำเป็นต้องจัดการส่งเสริม การเรียนรู้ ด้านเนื้อหาความรู้ตามที่เกษตรกรรุ่นใหม่ต้องการให้มากขึ้น เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรมากขึ้นเช่นกัน

3. ควรส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ จากผลการศึกษาพบว่า ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการเรียนรู้ให้เกษตรกรรุ่นใหม่ จึงควรมีการสร้างสื่อสารสนเทศ สื่อออนไลน์ ที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการเกษตร เพื่อให้เกษตรกรรุ่นใหม่ได้ศึกษด้วยตนเอง เพื่อที่จะได้นำไปฝึกทักษะ ก่อให้เกิดประสบการณ์ และเป็นผู้ประกอบการเกษตรต่อไป

4. นักส่งเสริมการเกษตรต้องจัดการส่งเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบกลุ่ม จากผลการศึกษาพบว่า การเป็นสมาชิกกลุ่ม เป็นปัจจัยเชิงบวกในการเป็นผู้ประกอบการเกษตร นักส่งเสริมการเกษตรต้องจัดการส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ในรูปแบบกลุ่ม เช่นวิสาหกิจชุมชน หรือนำเกษตรกรรุ่นใหม่ให้รู้จักและเชื่อมกับเครือข่ายอาชีพหรือองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจของเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการเกษตรเพิ่มมากขึ้น

5. ควรให้เกษตรกรรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการจัดกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร จากผลการศึกษาพบว่า การเตรียมการและการประเมินผลมากเกินไปทำให้การเป็นผู้ประกอบการเกษตรลดลง ดังนั้นนักส่งเสริมการเกษตรจึงควรให้เกษตรกรรุ่นใหม่ มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการจัดกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร เพื่อลดขั้นตอนที่ยุงยากและไม่จำเป็นกับเกษตรกรรุ่นใหม่ ทั้งนี้ หากมีการส่งเสริมเกษตรกรรุ่นใหม่ในด้านการเตรียมการส่งเสริมการเรียนรู้ โดยการสร้างความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการเรียนรู้กับเป้าหมาย การเรียนรู้ และในการส่งเสริมด้านการ

ประเมินผลการเรียนรู้ โดยการออกแบบ การกำหนดประเด็นและตัวชี้วัดการประเมินผลการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความเข้าใจของเกษตรกรรุ่นใหม่ ก็จะช่วยให้เกษตรกรรุ่นใหม่ยอมรับในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยการแนวทางการพัฒนาทักษะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในการเป็นนักจัดการการเรียนรู้เพื่อเป็นส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเกษตร ซึ่งจากงานวิจัยค้นพบเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ยังส่งเสริมการเรียนรู้ด้านเนื้อหาความรู้ไม่ตรงกับความต้องการของเกษตรกรรุ่นใหม่

2. ควรศึกษาวิจัยเรื่องการจัดทำชุมชนวิชาชีพในการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่สู่ผู้ประกอบการเกษตร ซึ่งจากงานวิจัยค้นพบว่าแหล่งเรียนรู้ในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรยังมีไม่มากนัก และแยกส่วนตามบทบาทภารกิจของแต่ละหน่วยงาน

บรรณานุกรม

- Boonyeam, P. (2021). *An Extension Model for Smart Farming for Vegetable Production by Young Smart Farmers in Eastern Region of Thailand* (Doctoral Dissertation). Sukhothai Thammathirat Open University. Nonthaburi.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1990). New Venture Strategic Posture, Structure, and Performance: An Industry Life Cycle Analysis. *Journal of Business Venturing*, 5(2), 123-135.
- Department of Agricultural Extension. (2023). *Annual Action Plan 2024, Department of Agricultural Extension*. Bangkok: Department of Agricultural Extension.
- Integrated Provincial Administration Committee, Lower Northeastern Region Provincial Group 1. (2024). *Lower Northeastern Region Provincial Group Development Plan 1*. Lower Northeastern Region Provincial Group Strategy Management Office 1.
- Kusol, K., & Samienpetch, T. (2015). Self-directed Learning Ability as a Learning Outcomes of Problem-based Learning of Walailak University Nursing Students. *Journal of Nursing and Education*, 8(3), 127-138.
- Low, M., & MacMillan, I. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal of Management*, 14, 139-161
- Malairat, P. (2018). *Guidelines for Farmer Development Based on the Concept of Young Smart Farmers in Ongkharak District Nakhon Nayok Province* (Master's thesis). Kasetsart University. Bangkok.
- Paenthongkam, S. (2002). *A Comparison of Learning Achievement in Marketing Principles of the Diploma Level Students Taught by Group Process Instruction and Conventional Approach* (Master's thesis). Silpakom University. Retrieved from <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/7315?attempt=2&locale-attribute=en>
- Rattanathongkham, S. (2013). *Teaching Publications, Systematic Teaching Design*. Retrieved March 19, 2024, from <https://ams.kku.ac.th/aalearn/resource/edoc/tech/56web/11system56.pdf>
- Schollhammer, H. (1982) *Internal Corporate Entrepreneurship*. United States: Prentice Hall.
- Stevenson, H. H., & Jarillo-Mossi, J. C. (1986). Preserving Entrepreneurship as Companies Grow. *Journal of Business Strategy*, 11, 10-23.
- Tanunchailert, A. (2015). *Guideline for Developing of New Generation Farmers to be Agricultural Entrepreneurs in Phayao Province* (Master's thesis). Sukhothai Thammathirat Open University. Nonthaburi.

Tumhiran, C. (2017). Techniques Methods and Communication in Agricultural Extension and Development.

In *Agricultural Extension for Development Course Summary* (Unit 5). Nonthaburi: Department of Agriculture and Cooperatives Sukhothai Thammathirat Open University.

Yoprasit, B. (2022). Community of Practice and Professional Learning Community in Knowledge Management for Agricultural Extension and Development. In *The Practice Exercise set of Knowledge Management and Knowledge Transfer in Agricultural Extension and Development*. Nonthaburi: Department of Agriculture and Cooperatives Sukhothai Thammathirat Open University

Received: 28-12-2024

Revised: 30-01-2025

Accepted: 03-02-2025

โมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง

Extension Model of Cricket Production Supply Chain Adhering to the Agricultural Product Standard in the Central Region

โสภิต วงษ์พลับ^{*1}

Sopit Wongplub

namhom_ft@hotmail.com

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ²

Benchamas Yooprasert

yooprasertb@gmail.com

บำเพ็ญ เชี่ยวหวาน²

Bumpen Keowan

bumpen.keo@stou.ac.th

ภรณ์ ต่างวิวัฒน์³

Paranee Tangwiwat

ptangwiwat@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพพื้นฐาน ความรู้และการปฏิบัติตามการปฏิบัติที่ดีการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร 2) สภาพการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติและการได้รับการส่งเสริมในการผลิตจิ้งหรีด 4) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีด และ 5) การสร้างและประเมินโมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตร

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมวิธี ศึกษากับประชากร 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) เกษตรกรผู้ผลิตจิ้งหรีดในภาคกลาง จำนวน 204 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาร์ ยามาเน ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 สุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการจับสลาก ได้กลุ่ม

* Corresponding Author

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Student in Doctor of School of Agricultural and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University

² สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Agricultural and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University

³ นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar

ตัวอย่าง 135 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ 2) เกษตรกรที่มีการปฏิบัติที่ดีในกลุ่มแปลงใหญ่จังหวัด 4 จังหวัด คัดเลือกตัวแทน โดยเจาะจง จำนวน 5 คน 3) เจ้าหน้าที่ส่งเสริมในศูนย์ปฏิบัติการที่ดำเนินการด้านแมลงเศรษฐกิจโดยเฉพาะ คัดเลือกตัวแทนโดยเจาะจง จำนวน 5 คน 4) ผู้บริหารภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคเกษตรกร คัดเลือกตัวแทนโดยเจาะจง จำนวน 4 คน โดยกลุ่มประชากรข้อ 2 ถึง 4 เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรส่วนใหญ่เลี้ยงจิ้งหรีดเป็นอาชีพรอง และเป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ รูปแบบการขายเป็นตัวสด ส่วนใหญ่จำหน่ายให้โรงงานแปรรูปและตลาดออนไลน์ จำนวนผลผลิตเฉลี่ย 30.35 กิโลกรัม/บ่อ ราคาขายเฉลี่ย 117.78 บาท/กิโลกรัม เกษตรกรมีความรู้ในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความรู้มากที่สุดในประเด็นเรื่ององค์ประกอบฟาร์ม และมีความรู้น้อยที่สุดในประเด็นเรื่องสุขภาพสัตว์ เกษตรกรมีการปฏิบัติตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีในการผลิตจิ้งหรีด ในเรื่ององค์ประกอบฟาร์ม การจัดการฟาร์ม สุขภาพสัตว์ และสิ่งแวดล้อม และมีการปฏิบัติในระดับน้อยในเรื่องการบันทึกข้อมูล 2) สภาพการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน เกษตรกรได้รับการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งในด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ด้านวิธีการส่งเสริม และด้านการสนับสนุน ทั้งนี้เกษตรกรได้รับความรู้จากการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรอยู่ในระดับมาก ได้รับความรู้จากวิธีการส่งเสริมแบบต่างๆในระดับปานกลาง เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดและด้านการสนับสนุนอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านวิธีการส่งเสริมอยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ได้แก่ ประสิทธิภาพการผลิตจิ้งหรีด ระดับความรู้เกี่ยวกับการผลิต ระดับความต้องการส่งเสริมด้านวิธีการส่งเสริม และรายได้จากการขายผลผลิตจิ้งหรีด ส่วนปัจจัยที่ที่มีผลต่อการได้รับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ได้แก่ ระดับความรู้ที่ได้รับความรู้จากการผลิตจิ้งหรีด รายได้จากการขายผลผลิต ระดับความรู้เกี่ยวกับการผลิต และการเข้าอบรมเกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีด 4) เกษตรกรมีปัญหาในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีด ด้านความรู้ทางมาตรฐานอยู่ในระดับปานกลาง ด้านวิธีการส่งเสริมอยู่ในระดับน้อย และด้านการสนับสนุนอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยเกษตรกรมีข้อเสนอแนะในการแปรรูปจิ้งหรีดที่หลากหลาย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดต่างประเทศ 5) โมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) แหล่งข้อมูลความรู้ คือ กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กรมปศุสัตว์ โรงงานผู้ผลิต และสถาบันการศึกษา (2) เนื้อหาความรู้ เน้นการผลิตจิ้งหรีดตามการปฏิบัติที่ดีการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร การผลิตจิ้งหรีดให้ได้การรับรองมาตรฐานจากกรมปศุสัตว์ การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และการตลาดในประเทศและต่างประเทศ (3) ช่องทางการส่งเสริม โดยใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การศึกษาดูงาน และเอกสาร/แผนพับ/วารสาร (4) ผลการส่งเสริมกับเกษตรกรผู้ผลิตจิ้งหรีด คือ การเป็นผู้ผลิตที่มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติด้านการผลิตและการตลาด และจากการประเมินความคิดเห็นต่อโมเดล พบว่าโมเดล มีความเป็นประโยชน์ ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: โมเดลการส่งเสริม, การผลิตจิ้งหรีด, มาตรฐานสินค้าเกษตร, โซ่อุปทาน

Abstract

This research aimed to study 1) the baseline conditions of cricket production among farmers in the central region, farmers' knowledge and adherence to Good Agricultural Practices (GAP) for cricket production based on agricultural product standards, 2) the extension conditions of cricket production along the supply chain, 3) factors affect the practice and extension of cricket production according to agricultural standards. 4) problems and recommendations for extending cricket production, and 5) the development and evaluation of a cricket production extension model along the supply chain in compliance with agricultural standards.

This mixed-method research study focused on four respondent groups: 1) 204 cricket farmers in the central region, from which 135 were sampled using Taro Yamane's formula. Data were collected using questionnaires and were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis, 2) Five representatives of farmers practicing Good Agricultural Practices (GAP) in collaborative cricket farming plots across four provinces were selected purposively, 3) Five officers from specialized economic insect operation centers were also purposively selected and 4) Four government, private, and agricultural representatives were also purposively selected. Data from the items 2 to 4 were collected through in-depth interviews and were analyzed using content analysis.

The findings showed that 1) Most farmers raise crickets as a secondary occupation and were members of large-scale farming groups. Fresh crickets were primarily sold to processing factories and online markets, with an average production yield of 30.35 kilogram per pound and a selling price of 117.78 Baht per kilogram. Farmers exhibited the highest knowledge about GAP for cricket production, with the most knowledge in farm components and the least in animal health. Similarly, adherence to GAP standards was highest in farm components, management, animal health, and the environment but was lowest in record-keeping. 2) The extension of cricket production along the supply chain was rated at the highest level overall. Farmers received high levels of knowledge about GAP cricket production and medium levels of support through various extension methods. They expressed the greatest need for knowledge about cricket production, followed by extension methods and support. 3) Factors affect the practice of producing crickets according to agricultural standards, include experience in producing crickets, level of knowledge about production, level of extension needs in terms of extension methods and income from selling cricket products. Factors affect the extension of cricket production according to agricultural standards including the level of knowledge received from cricket production, income from selling cricket products, level of knowledge about production, and attending training sessions on cricket production. 4) Farmers confront moderate challenges in knowledge about standards, minor issues with extension methods, and minimal problems with support. Recommendations included diversifying cricket processing methods to add value and enhancing information on international markets. 5) The proposed cricket production extension model included four main components: (1) knowledge sources, The Department of Agricultural Extension, the National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards, the Department of Livestock Development, processing factories, and educational institution; (2) knowledge content focuses on GAP cricket production, obtaining certification from the Department of Livestock Development, value-added processing, and domestic and international marketing; (3) extension channels: information technology, field trips to other farming areas, and printed materials such as brochures and newsletters;

(4) Impact on farmers: developing knowledgeable and skilled producers in production and marketing. The model was evaluated as highly beneficial, appropriate, and feasible.

Keywords: Extension model, Cricket production, Agricultural standards, Supply chain

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จิ้งหรีดเป็นแมลงชนิดหนึ่งที่อยู่ใกล้กับอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ได้ส่งเสริมให้คนทั่วโลกบริโภคเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นแหล่งโปรตีนทางเลือกใหม่ที่มีราคาถูกและสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น คาดการณ์ว่าประชากรโลก จะเพิ่มเป็น 9,000 ล้านคนภายในปี พ.ศ. 2593 ซึ่งอาจเกิดปัญหาการขาดแคลนทั้งอาหารมนุษย์และอาหารสัตว์ ปัจจุบันได้มีการค้าขายจิ้งหรีดในรูปแบบสดแช่แข็ง รวมถึงแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ทอด คั่ว บรรจุกระป๋อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการแปรรูปเป็นผงแป้งโปรตีนจากแมลงนำไปทำผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น คุกกี้ เค้ก มักกะโรนี เป็นต้น ซึ่งมีการส่งออกต่างประเทศ เช่น ประเทศเม็กซิโก สหภาพยุโรป จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น (National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards, 2017) สำหรับการตลาดการผลิตผงโปรตีนจากแมลงเพื่อการส่งออกในช่วงปี 2561 มีความต้องการโปรตีนจากแมลงเป็นจำนวนมากถึง 400 ล้านตันต่อปี และจะเติบโตขึ้นเฉลี่ยปีละ 7% เมื่อคิดเป็นมูลค่าในอีก 6 ปีข้างหน้าจะมีมูลค่าสูงถึง 600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Commercial Section, Royal Thai Consulate-General, 2018) ปัจจุบันทั่วโลกได้หันมาบริโภคจิ้งหรีดมากขึ้น และตลาดมีแนวโน้มความต้องการอย่างต่อเนื่อง (Foreign Agricultural Advisory Office Based in Washington, D.C., 2020) ประกอบกับจิ้งหรีดเป็นแหล่งโปรตีนทางเลือกและอาหารแห่งอนาคตด้วยคุณสมบัติการเป็น superfood ที่มีจุดเด่นในการเป็นแหล่งโปรตีนคุณภาพ (Chomduang, 2020) ซึ่งตอบโจทย์ทั้งด้านความมั่นคงทางอาหารและการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ประเทศไทยมีศักยภาพและมีความชำนาญในการเพาะเลี้ยงแมลงในเชิงพาณิชย์ เช่น จิ้งหรีด ตั๊กแตน หนอนไหม และแมงดาตามด้งนั้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อความปลอดภัยอาหารที่ได้จากผลิตผลจากจิ้งหรีด (Hanbunsong, 2018) คณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรจึงกำหนดแนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มจิ้งหรีด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำมาตรฐานไปปฏิบัติให้เกิดความมั่นคงทางอาหาร จึงได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงจิ้งหรีด ประกอบกับจิ้งหรีดเป็นแมลงที่เลี้ยงง่ายใช้พื้นที่และน้ำในการเลี้ยงน้อย รวมทั้งไม่ต้องใช้เทคโนโลยีที่สูง ลงทุนน้อย ความเสี่ยงต่ำ จึงเหมาะสมกับพื้นที่แห้งแล้งหรือพื้นที่ชนบท ทำให้เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในช่วงหลังการทำนาหรือในช่วงแห้งแล้ง (National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards, 2017) การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรจิ้งหรีดแปลงใหญ่ให้สามารถปฏิบัติได้สอดคล้องกับมาตรฐาน GAP ฟาร์มจิ้งหรีด (Resource Center for Agricultural Extension, 2018) ซึ่งเป็นส่วนต้นน้ำของห่วงโซ่การผลิต การจัดหาตลาดต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดการส่งออกโดยการดำเนินการเปิดตลาดจิ้งหรีดเม็กซิโก และสหภาพยุโรปซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงเพิ่มเติม ซึ่งเป็นส่วนปลายน้ำของห่วงโซ่การผลิตจิ้งหรีด โดยเฉพาะโรงงานแปรรูปและผู้ประกอบการผลิต ซึ่งเป็นส่วนของกลางน้ำ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงเกษตรกรส่วนต้นทางและตลาดปลายทางให้ครบห่วงโซ่อุปทาน

ภาคกลางของประเทศไทยมีแปลงใหญ่จิ้งหรีด ซึ่งมีการรวมกลุ่มของเกษตรกรรายย่อยในการวางระบบการผลิต และการบริหารจัดการในพื้นที่แปลงใหญ่ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการผลิตสินค้าเกษตร และเพิ่มอำนาจการต่อรองของเกษตรกร ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมาตรฐานได้ในต้นทุนที่ต่ำลง กลุ่มแปลงใหญ่จิ้งหรีดทำตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มุ่งเน้นการพัฒนากลุ่มแปลงใหญ่จิ้งหรีดให้เข้าสู่ระบบการผลิตตามมาตรฐาน เพื่อส่งออกไปขายในตลาดต่างประเทศ จำเป็นต้องมีระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานตั้งแต่ระดับฟาร์ม การแปรรูป ฟาร์มจิ้งหรีด ในภาคกลางประสบปัญหาเรื่องการปฏิบัติตามมาตรฐานทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มจิ้งหรีด (มกษ. 8202-2560) เกษตรกรยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นจำนวนมาก ทำให้ผลผลิตจิ้งหรีดที่ได้อาจยังไม่มีมาตรฐาน และปริมาณที่ได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการในการแปรรูปเพื่อขายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

จากสภาพปัญหาดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาโมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลางประเทศไทย ทั้งในด้านการเพิ่มผลผลิต และเพิ่มคุณภาพมาตรฐานผลผลิต นอกจากจะเกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรและชุมชนให้ได้รับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ในส่วนของการส่งเสริมการเกษตรก็จะได้โมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตร เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็จะได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรและบริบทของชุมชน นอกจากนี้ยังสามารถนำผลงานวิจัยนี้ไปเป็นข้อมูลสนับสนุนนโยบายส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรในภาคกลางและพื้นที่ใกล้เคียงกัน ส่งผลถึงการสนับสนุนการวางแผนพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาของประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐาน ความรู้และการปฏิบัติตามการปฏิบัติที่ดีการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร
2. เพื่อศึกษาสภาพการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร และปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับการส่งเสริมในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร
4. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีด
5. เพื่อสร้างและประเมินโมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed method research) มีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรผู้ผลิตจิ้งหรีดในเขตภาคกลาง จำนวน 204 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรคำนวณของยามาเน (Yamane, 1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 135 คน สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากตามสัดส่วนของประชากร Sinjaru (2020) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบด้านความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) โดยวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การจัดอันดับ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความเกี่ยวข้องกับตัวแปรตาม 2 ตัวแปร คือ 1. การปฏิบัติในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร และ 2. การได้รับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้า

การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับตัวแทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคเกษตรกร ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน จำนวน 14 คน ได้แก่ เกษตรกรที่เป็นประธานแปลงใหญ่จิ้งหรีด จำนวน 5 คน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในศูนย์ปฏิบัติการที่ดำเนินการด้านแมลงเศรษฐกิจโดยเฉพาะ จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้บริหารที่กำกับดูแลรับผิดชอบในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดและการค้าทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. สภาพพื้นฐาน ความรู้และการปฏิบัติตามการปฏิบัติที่ดีการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร

1.1 สภาพพื้นฐานทั่วไปของเกษตรกร เกษตรกรผู้ผลิตจิ้งหรีด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 42.56 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม โดยร้อยละ 66.7 เป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่มากที่สุด ร้อยละ 53.3 ผลิตจิ้งหรีดเป็น

อาชีพทรง มีประสบการณ์ในการผลิตจิ้งหรีด เฉลี่ย 2.75 ปี จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.93 คน จำนวนแรงงาน ในครัวเรือนเฉลี่ย 2.29 คน ขนาดพื้นที่ผลิตจิ้งหรีดเฉลี่ย 12.53 บ่อ บ่อละ 1.7 ตารางเมตร มีการผลิตจิ้งหรีด 5 รุ่น/ปี ร้อยละ 49.6 มีผลผลิตจิ้งหรีดที่ได้เฉลี่ย 30.35 กิโลกรัม/บ่อ ราคาจิ้งหรีดที่ขายเฉลี่ย 117.78 บาท/กิโลกรัม ต้นทุนการผลิตจิ้งหรีดเฉลี่ย 1,258.15 บาท/บ่อ รายได้จากการขายผลผลิตจิ้งหรีด เฉลี่ย 242,457.74 บาท/ปี การขายจิ้งหรีดในรูปแบบการขายตัวจิ้งหรีดแบบสด ส่วนใหญ่จำหน่ายจิ้งหรีดไปยังโรงงานแปรรูปจิ้งหรีด และส่วนใหญ่ไม่มีรูปแบบการส่งเสริมการขาย

1.2 ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติที่ดีการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร

จากการศึกษา พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด เกษตรกรร้อยละ 70.4 มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 29.6 มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในระดับมาก ตามลำดับ โดยตอบคำถามถูกต้องเฉลี่ย 18.05 ข้อ โดยระดับความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร

n = 135

จำนวนข้อที่ตอบถูกต้อง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ความหมาย
1-4	0	0.0	มีความรู้ในระดับน้อยที่สุด
5-8	0	0.0	มีความรู้ในระดับน้อย
9-12	0	0.0	มีความรู้ในระดับปานกลาง
13-16	40	29.6	มีความรู้ในระดับมาก
17-20	95	70.4	มีความรู้ในระดับมากที่สุด
ค่าต่ำสุด 13 ข้อ ค่าสูงสุด 20 ข้อ ค่าเฉลี่ย 18.05 ข้อ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.067			

1.3 การปฏิบัติตามการปฏิบัติที่ดีการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร

จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรร้อยละ 63.7 มีการปฏิบัติตามการปฏิบัติที่ดีในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร โดยเกษตรกรมีการปฏิบัติตามองค์ประกอบตามมาตรฐานการปฏิบัติที่ดีในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งพบว่า เกษตรกรมีการปฏิบัติตามองค์ประกอบตามมาตรฐานการปฏิบัติที่ดีในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ดังนี้ (1) ด้านองค์ประกอบฟาร์ม พบว่า เกษตรกรทุกรายมีสถานที่ตั้งฟาร์ม ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมไม่มีความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยของจิ้งหรีดและผู้บริโภค พื้นที่ฟาร์มมีขนาดเพียงพอและเหมาะสมในการเลี้ยงจิ้งหรีด โรงเรือน สร้างด้วยวัสดุที่คงทน แข็งแรง และบ่อเลี้ยงจิ้งหรีดต้องทำด้วยวัสดุที่แข็งแรง (2) ด้านการจัดการฟาร์ม พบว่า เกษตรกรร้อยละ 90.4 มีการปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานประจำฟาร์ม และบำรุงรักษา เกษตรกรทุกรายมีการจัดการด้านสุขภาพจิ้งหรีดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและแบบบันทึกข้อมูล เกษตรกรทุกรายมีการคัดเลือพันธุ์จิ้งหรีดที่มีคุณภาพมีการเตรียมบ่อเลี้ยงจิ้งหรีด ใช้วัสดุหลบซ่อนตัวที่สะอาดไม่ก่อให้เกิดโรค ภาชนะและวัสดุที่ใช้อยู่สะอาด และมีการจัดการเก็บจิ้งหรีดเพื่อจำหน่ายไม่ให้เกิดการปนเปื้อนสิ่งที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค เกษตรกรทุกรายซื้ออาหารสำหรับเลี้ยงจิ้งหรีดไม่เสื่อมคุณภาพ แหล่งน้ำที่ใช้ในฟาร์มเป็นน้ำที่สะอาด และมีการใช้ภาชนะให้อาหารและน้ำที่สะอาดเหมาะสมกับจำนวนและอายุของจิ้งหรีด เกษตรกรร้อยละ 97.8 มีสถานที่เก็บอาหารจิ้งหรีดที่ป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อมสภาพของอาหารจิ้งหรีด เกษตรกรร้อยละ 98.5 มีความรู้ในการผลิตที่เพียงพอ เกษตรกรทุกรายได้รับการฝึกอบรมเพื่อให้เลี้ยงจิ้งหรีดได้อย่างถูกต้อง เกษตรกรร้อยละ 94.1 มีสุขลักษณะส่วนบุคคลที่ดี และเกษตรกรร้อยละ 54.1 ได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี เกษตรกรร้อยละ 97.0 มีโรงเรือนและอุปกรณ์ที่สะอาดถูกสุขลักษณะ เกษตรกรร้อยละ 97.8 มีการใช้สารเคมี ยาฆ่าเชื้อ หรือวัตถุอันตรายที่ขึ้นทะเบียนกับกรมปศุสัตว์และใช้ตามคำแนะนำบนฉลากผลิตภัณฑ์ (3) ด้าน

สุขภาพสัตว์ พบว่า เกษตรกรร้อยละ 80.0 มีการป้องกันและควบคุมโรคมีการป้องกันและฆ่าเชื้อโรค อุปกรณ์ และวัสดุ เกษตรกรร้อยละ 47.4 มีการฆ่าเชื้อโรคบุคคลก่อนเข้าและออกจากฟาร์ม เกษตรกรร้อยละ 80.0 ทราบว่าเมื่อกรณีเกิดโรคระบาดหรือสงสัยว่าเกิดโรคระบาดให้ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยโรคระบาดสัตว์และคำแนะนำของกรมปศุสัตว์ เกษตรกร ร้อยละ 54.1 ทราบเรื่องการบำบัดโรคสัตว์อยู่ภายใต้ความดูแลของสัตวแพทย์ (4) **ด้านสิ่งแวดล้อม** พบว่า เกษตรกรร้อยละ 91.1 มีการกำจัดหรือจัดการขยะมูลฝอย ของเสีย และมูลจิ้งหรีดด้วยวิธีการที่เหมาะสมและถูกสุขลักษณะ เกษตรกรร้อยละ 67.4 ทราบว่าในกรณีที่ปล่อยน้ำเสียออกสู่แหล่งน้ำสาธารณะให้บำบัด (5) **ด้านการบันทึกข้อมูล** พบว่า เกษตรกรร้อยละ 51.1 มีการเก็บรักษาบันทึกเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปี และเกษตรกรร้อยละ 48.1 มีการบันทึกข้อมูลผลการปฏิบัติงานในขั้นตอนที่สำคัญ โดยระดับการปฏิบัติในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับการปฏิบัติในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร

n = 135

การปฏิบัติ (ข้อ)	ความหมาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 6	น้อยที่สุด	0	0.0
7-12	น้อย	0	0.0
13-18	ปานกลาง	0	0.0
19-24	มาก	49	36.3
24-30	มากที่สุด	86	63.7
ค่าต่ำสุด = 20 ข้อ ค่าสูงสุด = 30 ข้อ ค่าเฉลี่ย = 26.53 ข้อ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 3.119			

1.4 การผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกรต้นแบบการผลิตจิ้งหรีด

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรต้นแบบการผลิตจิ้งหรีด ซึ่งเป็นเกษตรกรสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ พบว่า เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีดเป็นกลุ่มเล็กๆ มีปัญหาเรื่องจิ้งหรีดราคาตกต่ำ ได้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตรให้เข้าร่วมโครงการระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ เพราะสามารถแก้ไขปัญหาเรื่องราคาได้ กลุ่มจึงตัดสินใจเข้าร่วม ต้นทุนอาหารในการเลี้ยงจิ้งหรีดลดลง อีกทั้งเจ้าหน้าที่ได้เข้ามาให้ความรู้ คำแนะนำ และประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้กลุ่มได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการเลี้ยง การคัดเลือกพันธุ์ มาตรฐานฟาร์มจิ้งหรีด ทำให้จิ้งหรีดมีคุณภาพ ซึ่งตอนนี้ฟาร์มของกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม หรือ GAP ฟาร์มจิ้งหรีด ตั้งแต่รวมกลุ่มก็ดีขึ้นมาก ทั้งรายได้และการจัดระบบ มีอำนาจการต่อรองทางตลาด รวมไปถึงมีตลาดที่แน่นอน และมีช่องทางจำหน่ายเพิ่มขึ้น ตอนนี้กลุ่มได้รับการยกระดับแปลงใหญ่ด้วยเกษตรสมัยใหม่และเชื่อมโยงตลาด โดยมีการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยในการผลิต ในอนาคตจะเน้นผลักดันออกสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

ตัวอย่างฟาร์มจิ้งหรีดชุดิกายูจน์ ได้รับการสนับสนุนในเรื่องเงินทุน และองค์ความรู้จากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือ SME Development Bank เพื่อมาใช้พัฒนาธุรกิจ ให้ก้าวไกลสู่ตลาดสากล แนวคิดในการเริ่มต้นของธุรกิจนี้เกิดจาก คุณชุดิกายูจน์ เจ้อยแจ้ว ประธานแปลงใหญ่จิ้งหรีด จังหวัดสุโขทัย ต้องการที่จะมีรายได้เสริมจากงานประจำเพื่อให้ครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งชาวบ้านในละแวกใกล้เคียงนิยมเลี้ยงจิ้งหรีดกันเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังไม่ได้รับการต่อยอดในเชิงธุรกิจมากนัก ประสบปัญหาเรื่องของจำนวนจิ้งหรีดที่มีอัตราการตายสูง พบว่าเกิดจากความไม่สะอาดของแผงไข่ที่นำมาเลี้ยง อาหาร และน้ำ ที่ไม่สะอาดเพียงพอ จึงแก้ปัญหาในเรื่องของแผงไข่เป็นอันดับแรกที่จากเดิมชาวบ้านจะฆ่าเชื้อโรคด้วยการนำไปตากแดดแต่เชื้อโรคจะตายไม่หมด 100% จึงคิดนวัตกรรมเครื่องอบฆ่าเชื้อแผงไข่ โดยได้รับการสนับสนุนในเรื่องของเงินทุนจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ทำให้แผงโซลาร์สามารถใช้ได้นานหลายครั้งช่วยประหยัดต้นทุนในการเลี้ยงไปได้มาก รวมถึงยังได้นำเงินทุนที่ได้รับมาพัฒนาเป็นมาตรฐานฟาร์มจิ้งหรีดแบบปิด จนสามารถเจาะตลาดส่งออกได้เป็นผลสำเร็จ ส่งออกไปขายที่ประเทศฟินแลนด์

2. สภาพการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน

2.1 สภาพการได้รับการส่งเสริม แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ในภาพรวมเกษตรกรร้อยละ 62.9 ได้รับการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในประเด็นย่อยของความรู้ พบว่า เกษตรกรทุกราย ร้อยละ 100.0 ได้รับการส่งเสริมด้านองค์ประกอบฟาร์ม การจัดการฟาร์ม สุขภาพสัตว์ สิ่งแวดล้อม และการบันทึกข้อมูล (2) ด้านวิธีการส่งเสริม การเกษตร การส่งเสริมแบบรายบุคคล พบว่า เกษตรกรร้อยละ 98.5 ได้รับการส่งเสริมโดยมาติดต่อที่สำนักงาน/บริษัท/มหาวิทยาลัย รองลงมา เกษตรกรร้อยละ 60.0 ได้รับการส่งเสริมโดยนักส่งเสริมการเกษตรมาเยี่ยมเยียนเกษตรกร และเกษตรกรร้อยละ 15.6 ได้รับการส่งเสริมโดยการติดต่อทางโทรศัพท์ การส่งเสริมแบบกลุ่ม พบว่า เกษตรกรทุกรายร้อยละ 100.0 ได้รับการส่งเสริมในการประชุมกลุ่ม รองลงมา เกษตรกรร้อยละ 99.3 ได้รับการส่งเสริมจากการจัดอบรม เกษตรกรร้อยละ 24.4 ได้รับการส่งเสริมจากการศึกษาดูงาน และเกษตรกรร้อยละ 19.3 ได้รับการส่งเสริมจากการฝึกปฏิบัติ การส่งเสริมแบบมวลชน พบว่า เกษตรกรทุกรายร้อยละ 100.0 ได้รับการส่งเสริมจากเอกสาร/แผ่นพับ/วารสาร รองลงมา เกษตรกรร้อยละ 95.6 ได้รับการส่งเสริมจากการเข้าชมนิทรรศการ เกษตรกรร้อยละ 47.4 ได้รับการส่งเสริมจากโทรทัศน์ เกษตรกรร้อยละ 11.1 ได้รับการส่งเสริมจากหนังสือพิมพ์ และเกษตรกรร้อยละ 2.9 ได้รับการส่งเสริมจากรายการทางวิทยุกระจายเสียง/วิทยุชุมชน การส่งเสริมทางสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า เกษตรกรร้อยละ 99.3 ได้รับการส่งเสริมทาง facebook และ line เท่ากัน เกษตรกรร้อยละ 45.9 ได้รับการส่งเสริมทาง youtube เกษตรกรร้อยละ 25.9 ได้รับการส่งเสริมทาง website อื่นๆ และเกษตรกรร้อยละ 5.2 ได้รับการส่งเสริมทาง Tiktok

2.2 สภาพความต้องการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดของเกษตรกร จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีความต้องการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า เกษตรกรมีความต้องการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร อยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น ได้แก่ ด้านสุขภาพสัตว์ บันทึกข้อมูล สิ่งแวดล้อม การจัดการฟาร์ม และองค์ประกอบฟาร์ม ส่วนความต้องการด้านวิธีการส่งเสริม พบว่า เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมในระดับมากที่สุด ในวิธีการแบบกลุ่มและเทคโนโลยีสารสนเทศและมีความต้องการในระบบปานกลางคือแบบบุคคลและแบบกลุ่ม

2.3 สภาพการส่งเสริมการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคเกษตรกร จากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคเกษตรกร ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน พบว่า

ระยะต้นน้ำ ในพื้นที่ที่มีการส่งเสริม และมีสภาพการส่งเสริม ดังนี้

1) แหล่งความรู้ เกษตรกรได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร หน่วยงานภาครัฐอื่น เช่น อบต. กรมพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัย และภาคเอกชน

2) ด้านเนื้อหาความรู้ เกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องมาตรฐาน GAP ฟาร์มจิ้งหรีด และกำลังยื่นขอการรับรอง เกษตรกรบางกลุ่มกำลังเริ่มเลี้ยงตามมาตรฐาน เพราะเห็นว่าเป็นโอกาสในการขายจิ้งหรีดที่มีคุณภาพ และสร้างกำไรในอนาคต เพราะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

3) ช่องทางการส่งเสริม สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ โลก การประชุมกลุ่ม และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

4) เกษตรกรผู้เลี้ยงจิ้งหรีด เกษตรกรมีความเห็นว่าการทำตามมาตรฐานเป็นเรื่องซับซ้อน ราคาขายไม่ต่างกันมาก

ระยะกลางน้ำ ในพื้นที่ที่มีการส่งเสริม และมีสภาพการส่งเสริม ดังนี้

1) แหล่งความรู้ เกษตรกรได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เช่น อบต. กรมพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัย และภาคเอกชน

2) ด้านเนื้อหาความรู้ ภาคเอกชน/ภาครัฐ เข้ามาส่งเสริมให้ความรู้ด้านการแปรรูป รวมถึงมาตรฐานที่เกี่ยวข้องในการแปรรูป

3) ช่องทางการส่งเสริม สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ออนไลน์ การประชุมกลุ่ม และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

4) เกษตรกรผู้เลี้ยงจิ้งหรีด เกษตรกรในพื้นที่ยังไม่ถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก ขาดองค์ความรู้ที่พอเพียงในการแปรรูป และมีจำนวนผลผลิตไม่ต่อเนื่อง แต่มีความสนใจเรื่องการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ยังขาดความรู้เรื่องหลักเกณฑ์วิธีการและการปฏิบัติที่ดี (GMP) ในการผลิตสินค้าอาหาร ซึ่งเอาไว้วางควบคุมคุณภาพสินค้าด้วยข้อกำหนดขั้นพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นต่อกระบวนการผลิต

ระยะปลายน้ำ ในพื้นที่มีการส่งเสริม และมีสภาพการส่งเสริม ดังนี้

1) แหล่งความรู้ เกษตรกรได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เช่น อบต. กรมพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัย และภาคเอกชน

2) ด้านเนื้อหาความรู้ ในระยะปลายน้ำมีการส่งเสริมด้านการตลาดจากภาคเอกชน/ผู้ประกอบการส่งออกจิ้งหรีดแปรรูป โดยให้ความรู้กับเกษตรกรด้านการตลาด ควรให้ตลาดนำการผลิต แล้วผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และให้ความรู้ด้านตลาดต่างประเทศ

3) ช่องทางการส่งเสริม สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ออนไลน์ การประชุมกลุ่ม และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

4) เกษตรกรผู้เลี้ยงจิ้งหรีด เกษตรกรส่วนใหญ่ขายจิ้งหรีดให้โรงงานผลิต บางส่วนขายจิ้งหรีดสดทางออนไลน์โดยให้ลูกค้าสั่งจิ้งหรีดล่วงหน้า เพื่อเตรียมการบรรจุตามรอบการผลิต และมีการทำสัญญาซื้อขายกับโรงงานผู้ผลิต

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติและการได้รับการส่งเสริมในการผลิตจิ้งหรีด

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ได้แก่ ประสิทธิภาพการผลิตจิ้งหรีด ระดับความรู้เกี่ยวกับการผลิต ระดับความต้องการส่งเสริมด้านวิธีการส่งเสริม และรายได้จากการขายผลผลิตจิ้งหรีด ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ได้แก่ ระดับความรู้ที่ได้รับจากการผลิตจิ้งหรีด รายได้จากการขายผลผลิต ระดับความรู้เกี่ยวกับการผลิต และการเข้าอบรมเกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 อายุ ระดับการศึกษา ประสิทธิภาพการผลิตจิ้งหรีด การเข้าอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร จำนวนแรงงานในครัวเรือน ต้นทุนการผลิตจิ้งหรีด ราคาจิ้งหรีดที่ขาย รายได้จากการขายผลผลิตจิ้งหรีด ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ระดับความรู้ที่ได้รับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีด ระดับความต้องการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีด สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และการได้รับการสนับสนุน มีผลต่อการปฏิบัติในการผลิตจิ้งหรีด ตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (Y1)

วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความเกี่ยวข้องระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระหลายตัวว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความเกี่ยวข้องแบบใดหรือทิศทางใด กับตัวแปรตาม ดังตารางที่ 3

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรตาม

Y1 = การปฏิบัติในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (จำนวนข้อที่ปฏิบัติ)

Y2 = การได้รับการส่งเสริมในการผลิตจิ้งหรีด (จำนวนข้อที่ได้รับการส่งเสริม)

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรอิสระ

X1 = อายุ (ปี)

X2 = ระดับการศึกษา (ปี)

X3 = ประสิทธิภาพการเลี้ยงจิ้งหรีด (ปี)

X4 = การเข้าอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (ครั้ง)

- X5 = จำนวนแรงงานในครัวเรือน (คน)
 X6 = ต้นทุนการผลิตจังหวัด (บาท/บ่อ)
 X7 = ราคาจังหวัดที่ขาย (บาท/กิโลกรัม)
 X8 = รายได้จากการขายผลผลิตจังหวัด (บาท)
 X9 = ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (จำนวนข้อที่ตอบถูก)
 X10 = ระดับความรู้ที่ได้รับการส่งเสริมการผลิตจังหวัด (จำนวนข้อที่ได้รับ)
 X11 = ระดับความต้องการส่งเสริมด้านความรู้ (จำนวนข้อที่ต้องการ)
 X12 = ระดับความต้องการส่งเสริมด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร (จำนวนข้อที่ต้องการ)
 X13 = ระดับความต้องการส่งเสริมด้านการสนับสนุน (จำนวนข้อที่ต้องการ)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติในการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (Y_1)

n=135

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	6.463	2.336	0.021
X_3 = ประสิทธิภาพการผลิตจังหวัด (ปี)	1.174	5.317**	0.000
X_8 = รายได้จากการขายผลผลิตจังหวัด (บาทต่อปี)	5.825E-6	2.703**	0.008
X_9 = ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (จำนวนข้อที่ตอบถูก)	0.439	4.239**	0.000
X_{12} = ระดับความต้องการส่งเสริมด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร	1.991	3.611**	0.000
R2 = 0.585 SEE = 2.041 F = 45.760 Sig. of F = 0.000			

จากการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปรที่มีผลต่อการปฏิบัติในการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ได้แก่ ประสิทธิภาพการผลิตจังหวัด (X_3) ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (X_9) ระดับความต้องการส่งเสริมด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร (X_{12}) และรายได้จากการขายผลผลิตจังหวัด (X_8) สมการทำนายแนวโน้มการปฏิบัติในการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร คือ $Y_1 = 6.463 + 1.174X_3 + 0.439X_9 + 1.991X_{12} + 5.825E-6X_8$

สมมติฐานที่ 2 อายุ ระดับการศึกษา ประสิทธิภาพการผลิตจังหวัด การเข้าอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร จำนวนแรงงานในครัวเรือน ต้นทุนการผลิตจังหวัด ราคาจังหวัดที่ขาย รายได้จากการขายผลผลิตจังหวัด ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ระดับความรู้ที่ได้รับการส่งเสริมการผลิตจังหวัด ระดับความต้องการส่งเสริมการผลิตจังหวัด สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และการได้รับการสนับสนุน มีผลต่อการได้รับการส่งเสริมในการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร

วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความเกี่ยวข้องระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระหลายตัวว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความเกี่ยวข้องแบบใดหรือทิศทางใด กับตัวแปรตาม ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับการส่งเสริมในการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (Y₂)

n=135

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	-0.634	-0.319	0.750
X ₄ = การเข้าอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (ครั้ง)	0.293	2.589**	0.011
X ₈ = รายได้จากการขายผลผลิตจิ้งหรีด (บาทต่อปี)	3.694E-6	2.808**	0.006
X ₉ = ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (จำนวนข้อที่ตอบถูก)	0.205	2.834**	0.005
X ₁₀ = ระดับความรู้ที่ได้รับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีด (จำนวนข้อที่ได้รับ)	3.441	7.237**	0.000
R ² = 0.500 SEE = 1.446 F = 32.489 Sig. of F = 0.000			

จากการศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ที่มีผลต่อการได้รับส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ได้แก่ ระดับความรู้ที่ได้รับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (X₁₀) รายได้จากการขายผลผลิตจิ้งหรีด (X₈) ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (X₉) และการเข้าอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (X₄) สมการทำนายแนวโน้มการได้รับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร คือ $Y_2 = -0.6463 + 3.441X_{10} + 3.694E-6X_8 + 0.205X_9 + 0.293X_4$

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร

4.1 ปัญหาในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร

พบว่า เกษตรกรเห็นว่าปัญหาในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.23$) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า เกษตรกรมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านความรู้ผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.10$) เกษตรกรมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดอยู่ในระดับน้อย 1 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร ($\bar{X} = 1.90$) และเกษตรกรมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการสนับสนุน ($\bar{X} = 1.69$) โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อปัญหา ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นต่อปัญหาในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร

n = 135

ประเด็น	ระดับความคิดเห็นต่อปัญหา			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านความรู้การผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐาน	3.10	0.752	ปานกลาง	1
2. ด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร	1.90	0.886	น้อย	2
3. ด้านการสนับสนุน	1.69	0.649	น้อยที่สุด	3
รวมเฉลี่ย	2.23	0.762	น้อย	

4.2 ปัญหาการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเจ้าหน้าที่และกลุ่มผู้บริหารภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ เจ้าหน้าที่และกลุ่มผู้บริหารภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร

1) **ปัญหาระยะกลางน้ำ** พบว่า เกษตรกรไม่มีการปรับปรุงจังหวัด ขาดองค์ความรู้ในการปรับปรุงสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในส่วนของโรงงานผู้ผลิตจังหวัด พบว่า จังหวัดที่ได้มาตรฐานมีจำนวนน้อยกว่าที่ต้องการ ขาดความต่อเนื่องการในผลิตบางฤดูกาล

2) **ปัญหาระยะปลายน้ำ** พบว่า เกษตรกรยังขาดความรู้ด้านการตลาด ในส่วนของผู้ประกอบการที่จำหน่ายจังหวัดในตลาดพบว่า ตลาดในประเทศ ต้องขายแบบแปรรูป เช่น บดเป็นผงผสมในอาหาร ขนม และเครื่องดื่ม ส่วนตลาดต่างประเทศ เนื่องจากการเลี้ยงจังหวัดที่ไม่ได้มาตรฐานเป็นอุปสรรคสำหรับการส่งออก และต้องทำตามเงื่อนไขคู่ค้าแต่ละประเทศอย่างเข้มงวด เช่น ประเทศโซนยุโรปต้องการแบบบดเป็นผง ประเทศโซนอาเซียนต้องการแบบเป็นตัว เป็นต้น

4.3 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร ได้ข้อเสนอแนะการส่งเสริมการผลิต ดังนี้

1. ควรมีการบูรณาการหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคมที่เกี่ยวข้อง โรงงานผู้ผลิตจังหวัดส่งออกและสถาบันการศึกษา ควรมีการบูรณาการกันอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม เกษตรกรที่มีความพร้อม มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจน นำไปปฏิบัติในระดับพื้นที่ให้เห็นผลที่เป็นรูปธรรม

2. ให้การสนับสนุนในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ ด้านกระบวนการส่งเสริม และด้านงบประมาณ เช่น บัณฑิตการผลิต วัสดุอุปกรณ์ หน่วยงานที่สนับสนุนควรปฏิบัติให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่นั้น

3. ควรสร้างการพึ่งพาตนเองของเกษตรกร สร้างความมั่นคงและยั่งยืนในพื้นที่

4. ควรกำหนดนโยบายให้มีความชัดเจนและต่อเนื่อง รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การกำหนดนโยบายควรเริ่มจากหน่วยงานหลัก เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการทำงานและวางแผนร่วมกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สมาคมฯ และการกำหนดนโยบายควรแบ่งออกเป็นระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว และสามารถนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติได้จริง

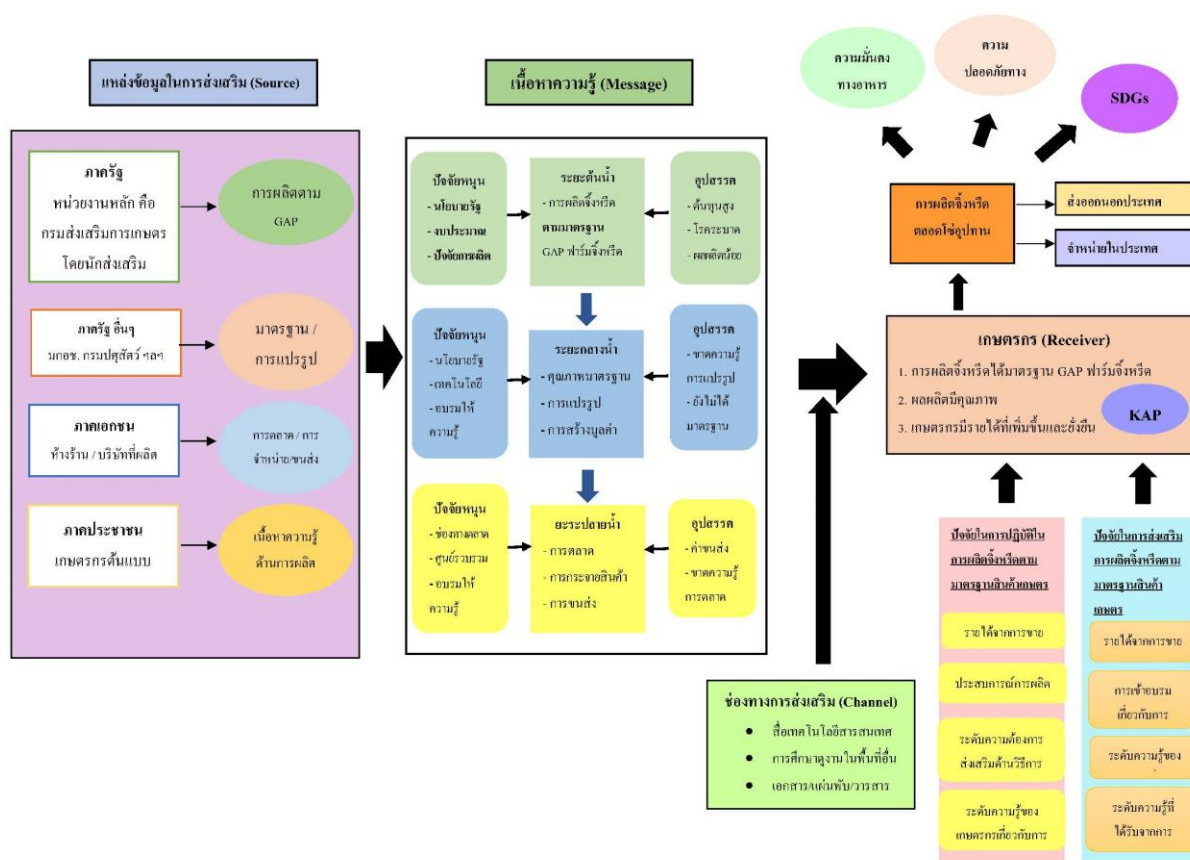
5. ควรติดตามผล โดยสามารถตอบโจทย์สิ่งที่เกษตรกรหรือผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือต้องการจริงๆ

6. ควรเริ่มต้นจากเกษตรกรที่มีความกระตือรือร้น มีความพร้อม มีความต้องการ ใส่ใจและอยากเรียนรู้ ให้ความร่วมมือพร้อมทั้งศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ พร้อมจะเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ควรพึ่งพาตัวเอง มีความอดทนต่อความยากลำบาก เกษตรกรในยุคที่เจอกับภัยธรรมชาติรุนแรง สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเทคโนโลยีจึงมีความจำเป็นอย่างมาก

5. สร้างและประเมินโมเดลการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตลอดโซ่อุปทาน

5.1 การสร้างโมเดลการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตลอดโซ่อุปทาน

นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1 2 3 และ 4 มาสร้างตามกรอบแนวคิด SMCR ของ Berlo (1960) รวมถึงประยุกต์แนวคิดโมเดลของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam's CIPP Model) ในขั้นตอนของปัจจัยนำเข้า (Input) และกระบวนการ (Process) การบริหารงานมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result Based Management : RBM) ในขั้นตอนผลผลิต/ผลลัพธ์ (Product/Outcome) และแนวคิดของ Joint Committee on Standard of Educational Evaluation (1994) ในขั้นตอนความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการและองค์ประกอบของ โมเดลการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตลอดโซ่อุปทาน ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง

โมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง มีปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีด โดยใช้กรอบทฤษฎี SMCR ของ Berlo (1960) มีรายละเอียด ดังนี้

1. **แหล่งความรู้ (Source)** เกษตรกรได้รับความรู้การผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานมาจากหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน มีการทำงานส่งเสริมแบบแยกกันทำตามภารกิจของหน่วยงาน ยังขาดการทำงานส่งเสริมร่วมกันแบบบูรณาการ

2. **ข้อมูลความรู้ (Message)** ความรู้ที่ส่งเสริมแก่เกษตรกร เป็นความรู้ในประเด็นเรื่อง องค์ประกอบฟาร์ม การจัดการฟาร์ม สุขภาพสัตว์ สิ่งแวดล้อม และการบันทึกข้อมูล

3. **ช่องทางการส่งเสริม (Channel)** ได้แก่ สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การศึกษาดูงานในพื้นที่อื่น และเอกสาร/แผ่นพับ/วารสาร คือ เกษตรกรผู้ผลิตจิ้งหรีดมีอายุเฉลี่ย 42.56 ปี ส่วนใหญ่อาชีพรองประกอบเลี้ยงเฉลี่ย 2.75 ปี การผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่ระยะต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมถึงปัจจัยหนุนและอุปสรรคในแต่ละระยะ

4. **เกษตรกรผู้รับการส่งเสริม (Receiver)** เมื่อเกษตรกรได้รับการส่งเสริมทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี เกิดการยอมรับและนำไปปฏิบัติ จะทำให้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตจิ้งหรีด และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจัยต่างๆที่ทำให้โมเดลฯ เกิดการขับเคลื่อนไปได้ มีปัจจัยต่างๆ ที่จะทำให้โมเดลฯ เกิดการขับเคลื่อนไปได้ และมีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ประสิทธิภาพการผลิตจิ้งหรีด รายได้จากการขายผลผลิตจิ้งหรีด ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ความต้องการส่งเสริมด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร การเข้าอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร และความรู้ที่ได้รับจากการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีด ที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานทำให้เกิดการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ ทำให้เกิดความมั่นคงทางอาหาร ความปลอดภัยของอาหารและความยั่งยืน

5.2 การประเมินโมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง

ผลการประเมินโมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง พบว่า โมเดลมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) มีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) และความเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาโมเดลการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในเขตภาคกลาง มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การเป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร จากผลศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรร้อยละ 68.9 เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันทางการเกษตร ทำให้เกษตรกรมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ แสดงความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งร่วมกัน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับทฤษฎีสถาน (Field Theory) ของ Lewin (1947, as cited in Khaemmanee, 2005) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพลังกลุ่มในแง่ของพฤติกรรม เมื่อเกิดกระบวนการกลุ่ม สมาชิกภายในกลุ่มจะมีการสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน มีการกำหนดเป้าหมาย การวางแผนการทำงานร่วมกัน เรียนรู้ และปฏิบัติกิจกรรมร่วมกัน นำไปสู่การสร้างกลุ่มที่เข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ดังที่ Yuprasert (2024) อธิบายความสำคัญของกลุ่มว่าเป็นศูนย์กลางของการส่งเสริมพัฒนาเกษตรกร ช่วยรวบรวมและประสานความสามารถของสมาชิก สร้างการตัดสินใจร่วม เพิ่มโอกาสในการแก้ปัญหาแก่สมาชิกและกลุ่ม ส่งเสริมการพัฒนาสมาชิกให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้น

2. ความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรของเกษตรกร ถึงแม้เกษตรกรส่วนใหญ่จะมีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติเกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร แต่ก็มีบางประเด็นที่เกษตรกรตอบผิดมากที่สุด ใน 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. การป้องกันและฆ่าเชื้อโรค อุปกรณ์ และบุคคลก่อนเข้า - ออกจากฟาร์ม โดยต้องจดบันทึกการผ่านเข้า-ออกฟาร์มของบุคคลภายนอก 2. ผู้ที่เลี้ยงจิ้งหรีดต้องมีความรู้และได้รับการฝึกอบรม ต้องมีสัญลักษณ์ส่วนบุคคลที่ดีและจำเป็นต้องตรวจสอบสุขภาพประจำปี 3. อาหารสำหรับเลี้ยงจิ้งหรีดเป็นอาหารที่หาซื้อได้ทั่วไป ที่หาง่ายตามท้องถิ่นหรือตามธรรมชาติ และน้ำที่ใช้ในฟาร์มต้องเป็นน้ำที่สะอาด จะเห็นว่าความรู้ที่กล่าวมาเป็นประเด็นสำคัญที่นักส่งเสริมควรส่งเสริมให้ความรู้เพิ่มเติม ซึ่งบางประเด็นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kulsarin (2021, pp. 317-326) ที่ทำการศึกษาผลของการอบรมต่อความรู้ในการเพาะเลี้ยงจิ้งหรีดของผู้เข้ารับการอบรมในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า มีบ่อเพาะเลี้ยงจิ้งหรีดจำนวน 10 บ่อ มีประสบการณ์เพาะเลี้ยงจิ้งหรีด 3-5 ปี มีหน่วยงานจากสำนักงานเกษตรอำเภอ (สังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร) มาให้ความรู้และการสนับสนุนการเพาะเลี้ยงจิ้งหรีด นอกจากนี้ จากการวิจัยยังพบว่าความรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการปฏิบัติและการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร

3. การปฏิบัติตามการปฏิบัติที่ดีการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร จากการวิจัย พบว่า การปฏิบัติตามการปฏิบัติที่ดีการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ประเด็น ได้แก่ องค์ประกอบฟาร์ม การจัดการฟาร์ม สุขภาพสัตว์และสิ่งแวดล้อม ส่วนประเด็นที่มีการปฏิบัติน้อยที่สุด คือ การบันทึกข้อมูล เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานในขั้นตอนที่สำคัญในการจัดการฟาร์มที่มีผลต่อสุขภาพผลผลิตและการควบคุมโรค เพราะการจดบันทึกข้อมูลต้องทำอย่างรอบคอบและต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Arunsangsisod, Chanthiratikul, Pimruang, Kamtasil, and Chuwong (2021) ได้ทำการวิจัยศึกษาการผลิตและการตลาดของฟาร์มจิ้งหรีดในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางของประเทศไทย ซึ่งเกษตรกรคิดว่าการจดบันทึกมีความยุ่งยาก และความไม่เข้าใจในการจดบันทึกต่างๆ จึงไม่สามารถของการรับรองมาตรฐาน GAP ฟาร์มจิ้งหรีดได้ และยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยี ถ้าเทคโนโลยีมีความยุ่งยากในการปฏิบัติ ถึงแม้จะมีรายได้แต่เกษตรกรก็อาจจะไม่ปฏิบัติได้ สอดคล้องกับ Kangwansuphan (2019, pp.213-242) เนื่องจากเกษตรกรไม่ปฏิบัติให้ครบตามกิจกรรมหลักของการผลิตตามมาตรฐานสินค้าเกษตร จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกษตรกรไม่ผ่านการรับรองการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร

4. สภาพการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน

4.1 สภาพการส่งเสริมด้านเนื้อหาความรู้การผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรได้รับการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับ ด้านสุขภาพสัตว์ บันทึกรายการ สิ่งแวดล้อม การจัดการฟาร์ม และองค์ประกอบฟาร์ม ซึ่งเป็นเนื้อหาความรู้ในระยะต้นน้ำของการผลิตตลอดโซ่อุปทานเท่านั้น ความรู้ดังกล่าวเป็นไปตามคำแนะนำของ National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards (2017) อย่างไรก็ตาม จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เกษตรกรยังขาดความรู้ด้านมาตรฐานสินค้าเกษตร การแปรรูปและการจำหน่ายและการตลาด เนื่องจากไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจัง ความรู้ที่ขาดหายไปนี้เป็นความรู้ที่สำคัญ ที่จะทำให้เกษตรกรมีรายได้จากการผลิตจิ้งหรีดมากขึ้น จึงจำเป็นต้องส่งเสริมด้านเนื้อหาความรู้การผลิตจิ้งหรีดตลอดโซ่อุปทาน

4.2 สภาพการส่งเสริมด้านวิธีการส่งเสริม จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรได้รับการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านวิธีการส่งเสริม ในขณะที่เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมในระดับมากที่สุด ในวิธีการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมในชุมชนเกษตร ของ Tangwivat (2024) ที่อธิบายว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้ถูกนำมาใช้ในการส่งเสริมการเกษตร ตั้งแต่กระบวนการเข้าถึงข้อมูล รวบรวมข้อมูล การจัดการทำข้อมูล การแปลความหมาย การประมวลผลข้อมูล การแสดงผลข้อมูล การประเมินผลข้อมูลจนกระทั่งถึงการสร้างข้อมูลขึ้นใหม่ และการสื่อสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chula-iad (2013) ทำการวิจัยเรื่องรูปแบบการส่งเสริมเพื่อการพึ่งพาตนเองของเกษตรกรชาวสวนยางในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในประเด็นการส่งเสริมทางสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ในปัจจุบันเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อสังคมทั่วโลก คนส่วนใหญ่ทั่วโลกสื่อสารผ่านสมาร์ตโฟนผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียแบบเรียลไทม์ ทั้ง Facebook และ LINE เป็นช่องทางยอดนิยมในการสื่อสารออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. นักส่งเสริมควรส่งเสริมเนื้อหาความรู้การผลิตจิ้งหรีดในระยะกลางน้ำและปลายน้ำให้มากขึ้น จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรได้รับการส่งเสริมและมีความต้องการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร อยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น ได้แก่ ด้านสุขภาพสัตว์ บันทึกรายการ สิ่งแวดล้อม การจัดการฟาร์ม และองค์ประกอบฟาร์ม ซึ่งเป็นการส่งเสริมในระยะต้นน้ำของโซ่อุปทาน และจากการศึกษาเนื้อหาความรู้ในระยะกลางน้ำและปลายน้ำ ยังพบอีกว่า เกษตรกรขายจิ้งหรีดในรูปแบบการขายตัวจิ้งหรีดแบบสด ส่วนใหญ่จำหน่ายจิ้งหรีดไปยังโรงงานแปรรูปจิ้งหรีด ไม่มีการส่งเสริมการขาย อีกทั้งจากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านที่ส่งเสริมทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ก็พบว่า ยังขาดการส่งเสริมด้านการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและการตลาด ซึ่งอยู่ในระยะกลางน้ำและระยะปลายน้ำของห่วงโซ่อุปทาน (Kangwansuphan, 2019, pp.213-242) จึงควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมในระยะกลางน้ำและปลายน้ำให้มากขึ้น

2. นักส่งเสริมควรส่งเสริมโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต เพื่อช่วยแก้ปัญหาและสร้างการเรียนรู้สิ่งใหม่ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ จากการสัมภาษณ์เกษตรกรต้นแบบ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรต้นแบบประสบความสำเร็จในการผลิตจิ้งหรีด คือ การใช้ความรู้และเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมกับการแก้ปัญหาที่เผชิญอยู่ ดังเช่น กลุ่มมีปัญหาเรื่องจิ้งหรีดราคาตกต่ำ ได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ให้เข้าร่วมโครงการระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ เพราะสามารถแก้ไขปัญหาเรื่องราคาได้ กลุ่มจึงตัดสินใจเข้าร่วม ทำให้ต้นทุนอาหารในการเลี้ยงจิ้งหรีดลดลง อีกทั้งเจ้าหน้าที่ได้เข้ามาให้ความรู้ คำแนะนำ และประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้กลุ่มได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการเลี้ยง การคัดเลือกพันธุ์ มาตรฐานฟาร์มจิ้งหรีด ทำให้จิ้งหรีดมีคุณภาพ กลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม หรือ GAP ฟาร์มจิ้งหรีด

3. นักส่งเสริมควรใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน จากผลวิจัยพบว่า เกษตรกรได้รับการส่งเสริมด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตจิ้งหรีดตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ด้านวิธีการส่งเสริม

การเกษตร และด้านการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด โดยเกษตรกรร้อยละ 99.3 ได้รับการส่งเสริมทาง facebook และ line ซึ่งสอดคล้องผลการวิจัย เกี่ยวกับความต้องการด้านวิธีการส่งเสริม พบว่า เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมวิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ในระดับมากที่สุด อีกทั้งเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ นักส่งเสริมจึงควรเลือกใช้วิธีการส่งเสริมให้เหมาะสมกับพื้นที่ และตรงกับความต้องการของเกษตรกร โดยเน้นใช้สื่อสารสนเทศเข้ามาช่วยในการทำงานส่งเสริมให้มากขึ้น

4. นักส่งเสริมการเกษตร ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่ม การผลิตจังหวัด จากผลวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนมากมีการรวมกลุ่ม ประกอบกับเกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมแบบกลุ่ม ซึ่งการเป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร มีผลเชิงบวกต่อการปฏิบัติตามขั้นตอนการส่งเสริมการผลิตจังหวัด ดังนั้นนักส่งเสริมการเกษตร ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยใช้กระบวนการกลุ่มเป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้ให้เกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจ และเห็นถึงประโยชน์ของการปฏิบัติตามมาตรฐานสินค้าเกษตร โดยเฉพาะการปรับวิธีคิดและวิธีการทำงานแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเมื่อเกษตรกรเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีมีทักษะเกิดการยอมรับและนำไปปฏิบัติแล้วจะทำให้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตจังหวัด

5. ควรมีการบูรณาการหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคมที่เกี่ยวข้องโรงงานผู้ผลิตจังหวัดส่งออก และสถาบันการศึกษา โดยร่วมกันส่งเสริมการผลิตจังหวัดตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำที่เน้นเรื่องการผลิต ระยะเวลาต้นน้ำที่เน้นเรื่องมาตรฐานการผลิตและการแปรรูปเพิ่มมูลค่า และระยะปลายน้ำที่เน้นเรื่องการจัดจำหน่ายและการตลาด ผลการวิจัยของ Arunsaengsisod, Chanthiratikul, Pimruang, Kamtasil, and Chuwong (2021) พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตจังหวัดได้รับการส่งเสริมในการผลิตตามมาตรฐานการเกษตรมากกว่าด้านการแปรรูปและการตลาด และหน่วยงานส่งเสริมยังส่งเสริมตามภาระกิจของหน่วยงานตนเอง จึงควรบูรณาการการทำงานส่งเสริมกัน จะส่งผลทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองของเกษตรกร สร้างความมั่นคงและยั่งยืนในการผลิตจังหวัดตามมาตรฐานการผลิตทางการเกษตร

6. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายให้มีความชัดเจนและต่อเนื่อง รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรติดตามผล สามารถตอบโจทยสิ่งที่เกษตรกรหรือผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือต้องการจริงๆ จากผลการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ มีข้อเสนอให้มีการกำหนดนโยบายโดยควรเริ่มจากหน่วยงานหลัก อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับเกษตรกรและหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง มีการทำงานและวางแผนร่วมกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สมาคมฯ และเกษตรกรที่มีความพร้อม มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจน นำไปปฏิบัติในระดับพื้นที่ให้เห็นผลที่เป็นรูปธรรม และการกำหนดนโยบายควรแบ่งออกเป็นระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว และสามารถนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติได้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเปรียบเทียบผลการส่งเสริมการผลิตจังหวัดตลอดโซ่อุปทานตามมาตรฐานสินค้าเกษตรในพื้นที่อื่นๆ
2. ควรวิจัยในลักษณะการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อส่งเสริมการผลิตจังหวัดที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตให้แก่เกษตรกร
3. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการแปรรูปจังหวัดสำหรับอุตสาหกรรม เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และเป็นแรงบันดาลใจให้เกษตรกรหันมาผลิตจังหวัดที่ได้มาตรฐานเพื่อส่งขายโรงงานผู้ผลิต
4. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการตลาดของจังหวัดหรือแมลงเศรษฐกิจชนิดอื่นๆ เพื่อจะได้ทราบแนวโน้มการตลาด ช่องทางการตลาด

บรรณานุกรม

Arunsaengsisod, O., Chanthiratikul, A., Pimruang, K., Kamtasil, S., & Chuwong, N. (2021). Study of Production and Marketing of Cricket Farms in the Area Central Northeastern Region of Thailand. *Kaen Kaset*, 1, 636-641.

- Berlo, D.K. (1960). *The Process of Communication*. New York: Rinehart & Winston.
- Chomduang, S. (2020). *Innovation in Insect Protein and Processing*. Retrieved from https://www.nstda.or.th/regional/north2020/wpcontent/uploads/2020/02/sec_2_4_protien-from-insect-innovation.pdf
- Chula-iad, C. (2013). *Promotion Model for Self-Reliance of Rubber Farmers in the Southern Border Provinces*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Commercial Section, Royal Thai Consulate-General. (2018). *Report on Food Products Made from Insects (Edible Insects)*. Retrieved from https://www.ditp.go.th/contents_attach/644352/644352.pdf
- Foreign Agricultural Advisory Office Based in Washington, D.C. (2020). *Product Market Information Crickets and Edible Insects of the United States and Canada*. Retrieved April 2, 2022, from <https://www.opsmoac.go.th/dc-dwl-files-431091791164>
- Hanbunsong, Y. (2018). *Manual for Breeding Insects That Are Food for Humans and Farm Animals Standard*. Bangkok: Kasetsart University
- Joint Committee on Standards for Educational Evaluations. (1994). *The Program Evaluation Standards: How to Assess Evaluations of Educational Programs*. California: Sage.
- Kangwansuphan, C. (2019). Analysis and Evaluation of Supply Chain Management Components of Cricket Farm Business Operators: A Case Study of Surin Province. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(2), 213-242.
- Khaemmanee, T. (2005). *Relations Group for Working and Teaching and Learning*. Bangkok: Nishin Advertising Groove.
- Kulsarin, K. (2021). Knowledge about Training and Knowledge about the Culture of Raising Crickets, Mostly Trained in Chiang Klang District, Nan Province. *Agricultural Journal*, 37(3), 317-326.
- Lewin, K. (1947). *Field Theory in Social Science*. New York: Harper & Row.
- National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards. (2017). *Handbook of Good Agricultural Practices for Cricket Farms (TAS 8202-2017)*. Retrieved April 2, 2022, from <https://www.acfs.go.th>
- Resource Center for Agricultural Extension. (2018). *Cricket*. Retrieved from <https://esc.doe.go.th/cricket/>
- Sinjaru, T. (2020). *Research and Statistical Data Analysis with SPSS and AMOS*. Bangkok: S.R. Printing Mass Products.
- Tangwiwat, P. (2024). Resource Management and Technology in Agricultural. In *The Subject Matter Series on Agricultural Extension for Development (Unit 7)*. Nonthaburi: Department of Agriculture and Cooperatives Sukhothai Thammathirat Open University.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.
- Yuprasert, B. (2024). Development of Groups and Networks in Agricultural Extension and Development. In *The Subject Matter Series on Agricultural Extension for Development (Unit 11)*. Nonthaburi: Department of Agriculture and Cooperatives Sukhothai Thammathirat Open University.

Received: 26-03-2025
Revised: 09-06-2025
Accepted: 24-06-2025

การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม
อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

Development of Database System for Basketry Handicraft Products in
Tung Tom Subdistrict Area, San Pa Tong District, Chiang Mai Province

รสลิน เพตะกร¹

Roselin Petagon

roselin@cmru.ac.th

อรนุช พันโท^{*1}

Oranuch Pantho

oranuch@g.cmru.ac.th

สารุง ต้นตระกูล¹

Sarung Tuntragul

sarung@g.cmru.ac.th

บทคัดย่อ

หัตถกรรมจักสานเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน โดยเฉพาะในตำบลทุ่งต้อม อำเภอ
สันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีการรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตและจำหน่ายหัตถกรรมจักสาน ทั้งในระดับครัวเรือนและเพื่อการส่งออก การ
วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของ
ผู้ใช้งาน วิธีดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบการวิจัยเชิงพัฒนา โดยเครื่องมือที่ใช้คือ 1) ระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจัก
สานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ประกอบด้วย ส่วนหน้าบ้าน (Frontend) ใช้ Angular และส่วนหลังบ้าน
(Backend) ใช้ Java Spring Boot เชื่อมต่อกับฐานข้อมูล MySQL ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตามแนวคิด SDLC 2) แบบสอบถามการ
ประเมินประสิทธิภาพ และ 3) แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่ง 2 กลุ่มได้แก่
ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน คัดเลือกแบบเจาะจง และกลุ่มผู้ใช้งาน จำนวน 35 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างวิธีการสุ่มอย่างง่าย สถิติที่ใช้ใน
การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจัก
สานที่พัฒนาขึ้น โดยผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลต่างๆ ได้ ส่วนสมาชิกสามารถดูรายละเอียดและทำการสั่งจองผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมจักสานได้ และผู้ใช้ทั่วไปสามารถดูข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานและเขียนรีวิวได้ 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพจาก

* Corresponding Author

¹ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

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

ผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ไ้ระบบที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54

คำสำคัญ: ระบบฐานข้อมูล, ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน, เครื่องจักสาน, ภูมิปัญญาท้องถิ่น

Abstract

Basketry handicraft is an important local wisdom that plays a significant role in the way of life and economy of communities. Particularly in Tung Tom Subdistrict, San Pa Tong District, Chiang Mai Province, local artisans have formed groups to produce and distribute basketry handicrafts at both the household level and for export. This research aims to develop a basketry handicraft database system in Tung Tom Subdistrict and study user satisfaction with the system. This study is categorized as developmental research. The research instruments consisted of: (1) a handicraft product database system for basketry in Tung Tom Subdistrict, San Pa Tong District, Chiang Mai Province, comprising a frontend developed with Angular and a backend developed with Java Spring Boot connected to a MySQL database, with the research process conducted in accordance with the SDLC concept; (2) a questionnaire for evaluating system efficiency; and (3) a questionnaire for assessing user satisfaction. The sample group in this study was divided into two categories: (1) five experts, selected through purposive sampling, and (2) thirty-five system users, selected through simple random sampling. The statistical methods used for data analysis included percentage, mean, and standard deviation. The research findings revealed as follows: (1) the developed database system allowed administrators to manage product data, members to view details and reserve woven handicraft products, and general users to view product information and write reviews; (2) efficiency evaluation by experts was rated at the highest level; and (3) the user satisfaction assessment of the developed system was rated high, with a mean score of 4.30 and a standard deviation of 0.54.

Keywords: Database, Weaving Craft, Basketry Hanicraft, wisdom of local community

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หัตถกรรมจักสานหรือหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นงานฝีมือที่เป็นตามรูปแบบประเพณีที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งหัตถกรรมเครื่องจักสานเป็นสิ่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม สติปัญญาของมนุษย์ในการสร้างสิ่งของใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ รวมถึงเป็นภูมิปัญญาที่สำคัญของประเทศไทย โดยหัตถกรรมเครื่องจักสานที่ผลิตขึ้นด้วยมือต่างจากผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโรงงานจึงมีคุณค่าเฉพาะตัวในแต่ละชิ้น มีลวดลาย สีสันที่เกิดจากการจัก สาน ถัก และทอ (Supaartagorn, Singkaew, and Pimpachai, 2019; Soodsang, 2015) หัตถกรรมจักสานที่เกิดจากวิถีชีวิตของมนุษย์ที่สร้างขึ้นมาสืบเนื่องมาเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ แสวงหาความอยู่รอดในการดำเนินชีวิตและเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันเช่น การนำเครื่องจักสานมาสร้างที่อยู่อาศัย หรือการนำมาใช้ในการประกอบอาชีพ ซึ่งรูปแบบหัตถกรรมมักจะอยู่ในกรอบขนบประเพณีที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น โดยท้องถิ่นหรือชุมชนจะมีการประดิษฐ์สร้างสรรค์งานออกมาตามเทคนิคและรูปแบบที่มีการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่ทำกันอยู่เป็นจำนวนมากคือ ผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ ใบลาน ใบลำเจียก โดยเฉพาะไม้ไผ่เป็นพืชธรรมชาติที่มีด้วยกันหลากหลายชนิด เติบโตไปตามพื้นที่ต่างๆ กระจายอยู่ทั่วประเทศไทย และยังเป็นพืชที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วนเช่น หน่อไม้ และส่วนของลำต้น ประเภทของหัตถกรรมพื้นบ้านจากไม้ไผ่ส่วนใหญ่สามารถนำมาทำเป็นส่วนประกอบของบ้านเรือน เครื่องเรือน ภาชนะใส่อาหาร เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ในงานพิธีกรรม เครื่องมือจับสัตว์ เครื่องเล่น และงานหัตถกรรมจักสานก็เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านชนิดหนึ่งที่มีการประยุกต์ใช้วัตถุดิบใกล้ตัวให้เกิดประโยชน์ โดยใช้วิธีการจักสาน ถัก และทอเป็นหลัก ทำให้เกิดลวดลายสวยงาม เป็นชิ้นงานฝีมือที่มีเอกลักษณ์ประจำของแต่ละท้องถิ่น และยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน และบางกลุ่มทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเป็นอาชีพหลัก และบางกลุ่มมีการรวมกันทำสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัวและชุมชน

จังหวัดเชียงใหม่ชุมชนในตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง ซึ่งเป็นตำบลที่อยู่ห่างจากอำเภอสันป่าตองประมาณ 4 กิโลเมตร ขนาดพื้นที่ประมาณ 12.44 ตารางกิโลเมตร ประชากรมีจำนวนทั้งสิ้น 5,281 คน การประกอบอาชีพหลักทำการเกษตรกรรม ได้แก่ การ

ทำนา ปลุกพืชไร่ สวนผักผลไม้ และเลี้ยงสัตว์ ส่วนอาชีพรองได้แก่ รับจ้างงานภาคเกษตรกรรม ช่างก่อสร้าง อุตสาหกรรมในครัวเรือน (Tungtom subdistrict municipality, n.d.) และจากการลงสำรวจพื้นที่ในตำบลทุ่งต้อมพบว่ายังมีชุมชนที่ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสานอยู่จำนวนหนึ่งและส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งหัตถกรรมเครื่องจักสานถือว่าเป็นภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่าของชุมชน มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตะกร้าเบร็ก ตัวลื้อคิ้ว กระเช้าดำหัว ผีเสื้อ นก และดอกไม้ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานจำนวนมากมีการจัดทำตามคำสั่งซื้อของร้านค้าหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจนำไปใช้งานในเทศกาลต่างๆ โดยทางร้านค้าจะโทรศัพท์สั่งซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละแบบแล้วนำไปวางจำหน่ายที่ร้าน ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ไปยังยืน มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของชุมชนตำบลทุ่งต้อมมากขึ้น แต่ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่มีการผลิตขึ้นแต่ละแบบ แต่ละลวดลาย ทางชุมชนไม่มีการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระบบ ทำให้การส่งจูงสินค้าทำแต่ละแบบเกิดข้อผิดพลาดในการสั่งทำลวดลายต่างๆ อยู่บ่อยครั้ง และนอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนพัฒนาขึ้นไม่มีการเผยแพร่ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ไม่มีคนรู้จักมากนัก



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของชุมชน

ระบบจัดการฐานข้อมูล (Database Management System) เป็นการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ อย่างเป็นระบบ ทำให้ข้อมูลไม่ซ้ำซ้อน และไม่เกิดการขัดแย้งกันของข้อมูล อีกทั้งทำให้ข้อมูลมีความถูกต้อง เชื่อถือได้และเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลด้วย (Pintawong, 2020) ซึ่งฐานข้อมูลและระบบจัดการฐานข้อมูลเป็นสององค์ประกอบหลักของระบบสารสนเทศ ภาษา SQL เป็นภาษาควิรีที่ได้รับความนิยมสำหรับการดึงข้อมูลจากฐานข้อมูล รวมถึงการจัดการข้อมูลอื่นๆ ด้วย (Taipalus, Grahm, & Ghanbari, 2021) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีฐานข้อมูลในปัจจุบันและมีการนำมาประยุกต์ใช้งานด้านต่างๆ ที่หลากหลายงานวิจัย เช่น งานวิจัยของ Kawiwangsalul, Tantipatum, and Jiraponsirapat (2023) ได้วิจัยการจัดการฐานข้อมูลงานวิจัยของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พัฒนาในรูปแบบแอปพลิเคชัน และเก็บข้อมูลในฐานข้อมูล MySQL และใช้ Bootstrap Framework ในการออกแบบการแสดงผล จากนั้นใช้แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบกับผู้ใช้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี งานวิจัย Boonmatham (2020) ได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลปัญหาและความต้องการของชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี กรณีศึกษาอำเภอบ้านลาด (บ้านลาดโมเดล) ซึ่งระบบที่พัฒนามีทั้งส่วนของการแสดงผลข้อมูลแผนที่ ส่วนการบันทึกข้อมูลความต้องการของผู้ใช้ จากการศึกษาการยอมรับต้นแบบระบบฐานข้อมูลที่พัฒนาขึ้นพบว่าผู้ประเมินให้การยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด งานวิจัยของ Ngiewtung (2017) ได้พัฒนาระบบสารสนเทศรวบรวมลายเครื่องจักสาน มีการรวบรวมลายเครื่องจักสานชนิดลายขัด ลายสอง ลายสามที่ใช้ในการทำหมวก กระเป๋า เครื่องครัว และตะกร้าไว้ในระบบ แล้วนำระบบไปประยุกต์ใช้กับผู้ทดลองใช้ พบว่าระบบที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดีและระบบงานที่มีการรวบรวมข้อมูลลักษณะนี้จะเป็นพื้นฐานความรู้ในการนำไปอีกงานได้จริง งานวิจัยของ Chaipattanametee (2018) ได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลปราชญ์ชาวบ้านในชุมชนวังกัฟง อำเภอบางบาลบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อประโยชน์ในการจัดการและเผยแพร่ข้อมูลปราชญ์ชาวบ้านในการพัฒนาชุมชนในด้าน

อื่นๆ ต่อไป ซึ่งเมื่อนำระบบที่พัฒนาขึ้นประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพบว่าอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของ Emyuak and Salee (2016) ได้พัฒนาฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งได้แบ่งอาหารเป็น 3 ประเภท คือ อาหารคาว อาหารหวาน และอาหารแปรรูป ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลได้ การประเมินความพึงพอใจผู้ใช้งานฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นต้น จากงานวิจัยที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นถึงการนำเทคโนโลยีด้านฐานข้อมูลไปจัดการงานต่างๆ ช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ลดเวลาในการบันทึกข้อมูล รวมถึงการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบฐานข้อมูลช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งการขายสินค้าในระบบ Marketplace มักมีค่าธรรมเนียม ค่าคอมมิชชั่นต่อยอดขาย รวมถึงการจัดการคลังสินค้า จัดการราคา โปรโมชั่นทำได้ยากดั่งนั้นจึงมีแนวคิดที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เป็นการจัดการข้อมูลให้เป็นระบบ มีการทำงานเป็นไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สืบค้นข้อมูลได้ง่าย เนื่องจากระบบจะมีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลการจักสาน รูปภาพของหัตถกรรมจักสาน รวมถึงข้อมูลของช่างจักสานเข้าไว้ด้วยกันอย่างมีระบบ และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์จักสานให้รู้จักกันแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลหัตถกรรมเครื่องจักสาน ในพื้นที่ ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบฐานข้อมูลหัตถกรรมเครื่องจักสานที่พัฒนาขึ้น

วิธีการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่องการพัฒนาฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยแบบการวิจัยเชิงพัฒนา (Developmental Research) มีขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชากรที่อยู่ในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง ในวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

- กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีและปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้เกี่ยวกับการจักสาน จำนวน 5 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับหาประสิทธิภาพของระบบที่พัฒนาขึ้น

- กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ เป็นเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบบเลือกจากประชากรมาจำนวน 35 คน สำหรับหาความพึงพอใจของระบบที่พัฒนาขึ้นหลังจากการอบรมวิธีการใช้งานให้กับกลุ่มตัวอย่างแล้ว

2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

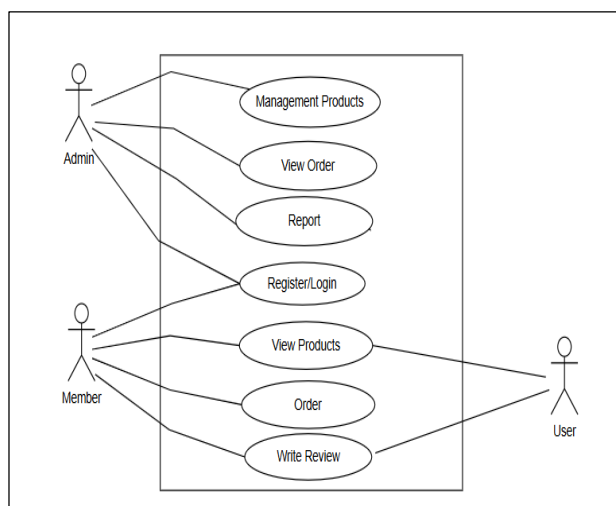
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ได้แบ่งเป็น ขั้นตอนดังนี้

2.1 ทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน รวมถึงบริบทชุมชนในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์กับปราชญ์ชาวบ้านที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ในประเด็นอาทิเช่น การจัดเก็บข้อมูล ลวดลาย การค้นหาข้อมูล การส่งจองผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 2 การลงพื้นที่เพื่อศึกษาบริบทชุมชน

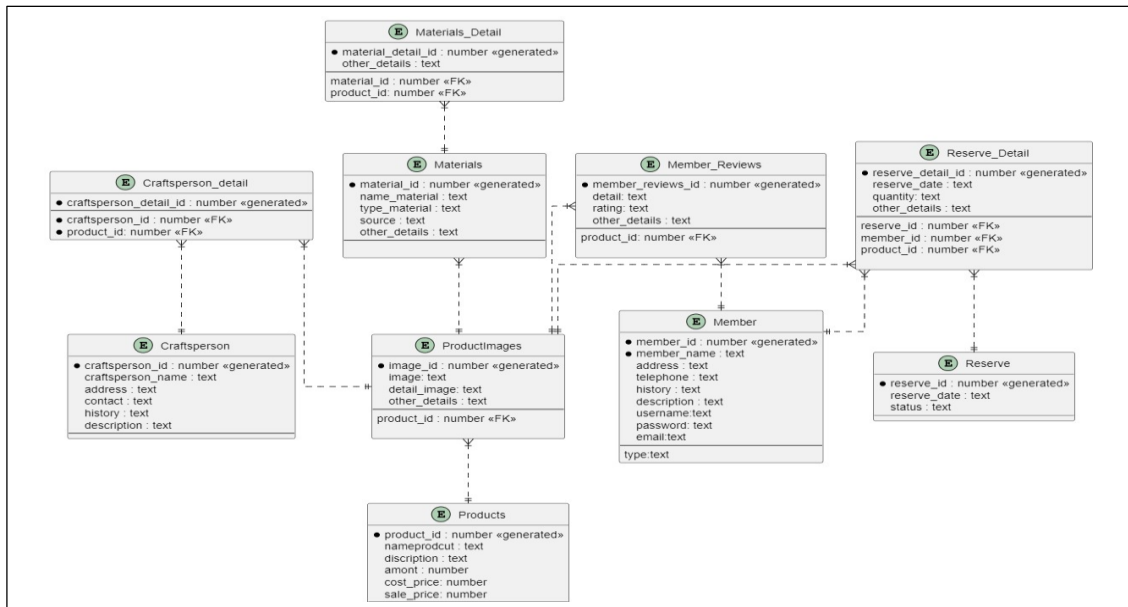
2.2 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์และออกแบบเพื่อหารูปแบบที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ใช้หลักการตามวงจรการพัฒนากระบวน (System Development Life Circle: SDLC) ทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบฐานข้อมูลให้มีความเหมาะสมกับระบบงานที่จะพัฒนา และเขียนแผนภาพการทำงานของระบบโดยมีการแสดง Use Case Diagram ดังนี้



ภาพที่ 3 Use case diagram ของระบบ

ภาพที่ 3 Use case diagram จะประกอบด้วยจำนวนของผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่มได้แก่ ผู้ดูแลระบบ (Admin) สมาชิก (Member) และ ผู้ใช้ทั่วไป (User) โดยผู้ดูแลระบบ สามารถที่จะดำเนินการเข้าสู่ระบบ (Register/Login) จัดการผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสาน (Management Products) ดูข้อมูลรายงานต่างๆ (Report) รวมถึงข้อมูลเมื่อมีการสั่งจองผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานของสมาชิก (View Order) ในส่วนของสมาชิกจะต้องทำการสมัครสมาชิกและเข้าสู่ระบบ (Register/Login) สามารถดูข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสาน (View Products) สามารถทำการสั่งจอง (Order) และเขียนรีวิวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสาน (Write Review) นั้นๆ ได้ และในส่วนของผู้ใช้ทั่วไปจะสามารถดูข้อมูลผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่มีทั้งหมด (View Products) และเขียนรีวิวหัตถกรรมจักสานได้ (Write Review) รายละเอียดความสัมพันธ์แสดงด้วย E-R Diagram ดังภาพที่ 4 ซึ่งมีทั้งหมด 10 ซึ่งตารางที่สำคัญเช่น ตาราง Products (ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน) มีการจัดเก็บข้อมูล รหัสผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ชื่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน รายละเอียด จำนวนที่มีอยู่ ราคาต้นทุน และราคาขาย ซึ่งจะมีการจัดเก็บรูปภาพของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจัก

สานแยกไปไว้ที่ตาราง ProductImages (รูปผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน) มีความสัมพันธ์กันแบบ One-to-Many และมีตาราง Materials (วัสดุของผลิตภัณฑ์) ที่จะจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานของวัสดุที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ประกอบด้วย รหัส ชื่อ ประเภท แหล่งที่มา และรายละเอียดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับตาราง ProductImages แบบ One-to-Many



ภาพที่ 4 E-R Diagram ของระบบ

2.3 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนับทึบ จังหวัด เชียงใหม่ มีการพัฒนาตามหลักการที่ได้วิเคราะห์และออกแบบไว้ โดยระบบที่พัฒนาประกอบด้วย ส่วนหน้าบ้านที่ใช้ Angular และส่วน หลังบ้านที่ใช้ Java Spring Boot จัดเก็บข้อมูลในโปรแกรมจัดการฐานข้อมูล MySQL ซึ่งการเลือกใช้ MySQL เพราะเป็นระบบ ฐานข้อมูลที่นิยมใช้กันมากที่สุด (Taipalus, Grahm, & Ghanbari, 2021) เป็นฐานข้อมูลโอเพ่นซอร์สที่เชื่อถือได้ มีประสิทธิภาพสูง สามารถจัดการข้อมูลจำนวนมากโดยไม่ทำให้ประสิทธิภาพลดลง ใช้งานและผสมผสานรวมกับภาษาโปรแกรมได้อย่างง่าย จากนั้นตรวจสอบ ความถูกต้องทั้งทางด้านเนื้อหา องค์ประกอบต่างๆ ของระบบว่าสามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์หรือไม่ เช่น เมนูต่างๆ ลิงค์ที่เชื่อมโยง ข้อมูลรายละเอียดของหน้าจอ และมีการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องให้สามารถทำงานได้ แล้วทำการเผยแพร่ระบบเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อไป

3. เครื่องมือการวิจัย

3.1 ระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนับทึบ จังหวัดเชียงใหม่

3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้ระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนับทึบ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยการมีการแบ่งระดับคุณภาพ ดังนี้

- | | |
|---|------------------------------------|
| 5 | หมายถึง ความพึงพอใจระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง ความพึงพอใจระดับมาก |
| 3 | หมายถึง ความพึงพอใจระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด |

การแปรผลจากการตอบแบบประเมินความพึงพอใจ สามารถแปรผลได้ (Srisa-ard, 2017) ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง คุณภาพเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง คุณภาพเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง คุณภาพเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง คุณภาพเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง คุณภาพเหมาะสมน้อยที่สุด

3.3 รูปแบบการวัดและประเมินผล จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

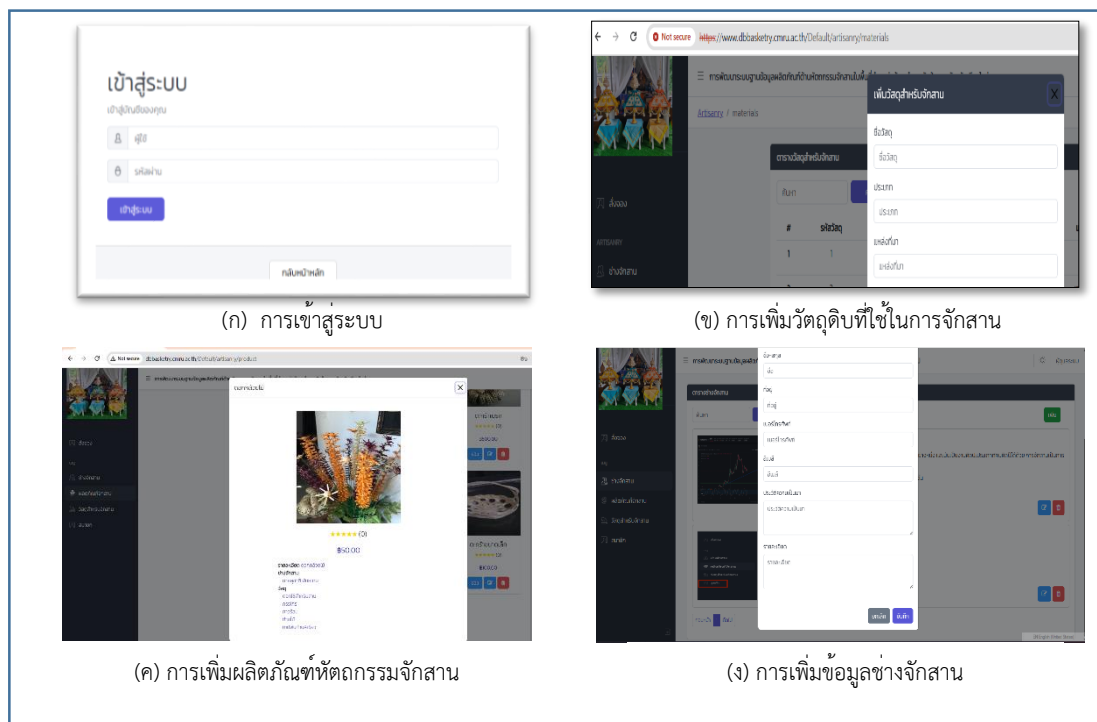
ผลการวิจัย

จากการศึกษาบริบทชุมชนในตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการรวมกลุ่มกันผลิตหัตถกรรมจักสานทำ การจักสานได้แก่ ตะกร้าเบรก ตัวลื้อคิ้ว กระเช้าดำหัว ผีเสื้อ นก และดอกไม้ เป็นต้น และมีลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ออกไป เมื่อผู้วิจัยนำข้อมูลต่างๆ มาพัฒนาระบบระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ และทำการศึกษาความพึงพอใจจากผู้ใช้งาน ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ผลการพัฒนาระบบที่พัฒนาขึ้น

ผลการพัฒนาระบบระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนของผู้ดูแลระบบ สมาชิกและผู้ทั่วไป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

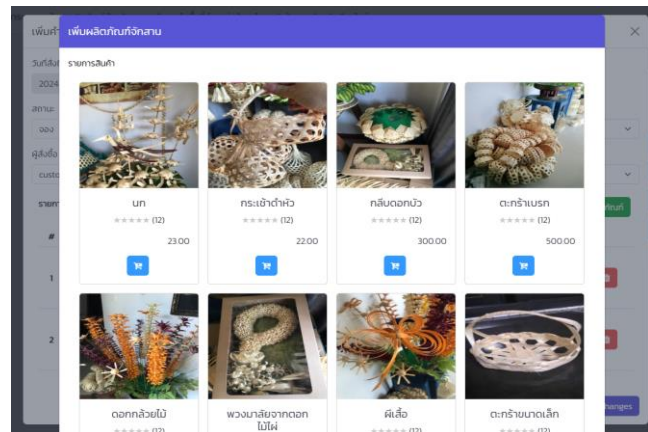
ส่วนของผู้ดูแลระบบ จะต้องทำการใส่รหัสผู้ดูแลระบบให้ถูกต้องเพื่อเข้าสู่ระบบ และหน้าจอหลักสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ช่างจักสาน วัตถุดิบที่ใช้ในการจักสาน และดูรายการที่มีการสั่งจองสินค้าจากลูกค้าดังแสดง ในภาพที่ 5



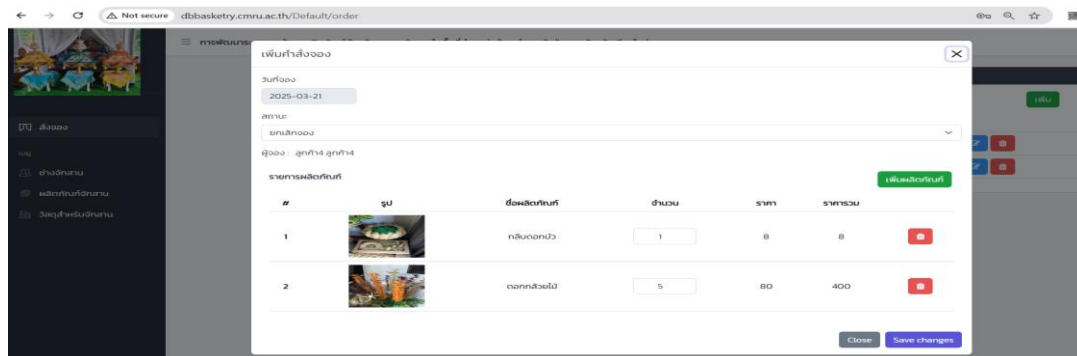
ภาพที่ 5 หน้าจอการทำงานของผุ้ดูแลระบบ

ส่วนของสมาชิกจะต้องทำการสมัครสมาชิกก่อนจึงจะเข้าระบบด้วยการใส่รหัสผู้เช่าและรหัสผ่าน สมาชิกสามารถที่จะดูข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ช่างจักสาน รวมถึงการสั่งจองผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน และการรีวิวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานได้ แสดงดังภาพที่ 6

(ก) การลงทะเบียน



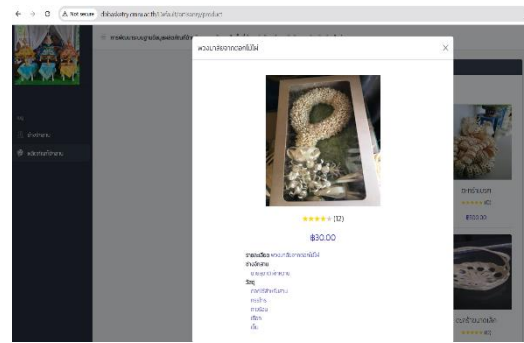
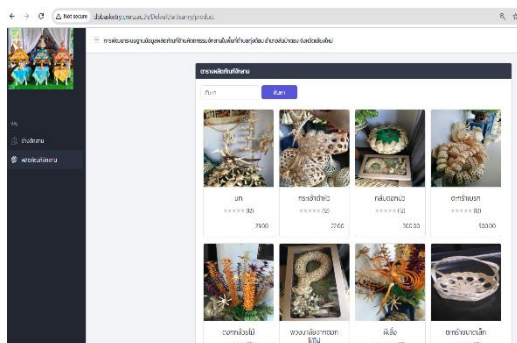
(ข) รายการผลิตภัณฑ์จักสาน



(ค) การสั่งจองผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน

ภาพที่ 6 หน้าจอการจองผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของสมาชิก

ส่วนของผู้ใช้งานทั่วไป ไม่ต้องเข้าสู่ระบบจะสามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน สามารถเขียนรีวิวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานได้ และถ้าต้องการสมัครเป็นสมาชิกก็สามารถคลิกที่เมนูสมัครสมาชิกได้ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 หน้าจอของผู้ใช้ทั่วไป

หลังจากพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลงานไปลงพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

จำนวนของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ที่ทำการประเมินประสิทธิภาพในแต่ละด้านได้แก่ ด้านการตรงตามความต้องการผู้ใช้ (Functional Requirement Test) ด้านสามารถทำงานได้ตรงตามหน้าที่ (Function Test) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (Usability Test) ด้านประสิทธิภาพ (Performance Test) และด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Security Test) โดยภาพรวมแล้วมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.53 (S.D.=0.31) แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ (N=5)

รายการประเมิน	Mean	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านการตรงตามความต้องการผู้ใช้ (Functional Requirement Test)	4.64	0.32	มากที่สุด
2.ด้านสามารถทำงานได้ตรงตามหน้าที่ (Function Test)	4.50	0.25	มาก
3.ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (Usability Test)	4.60	0.18	มากที่สุด
4.ด้านประสิทธิภาพ (Performance Test)	4.50	0.25	มาก
5.ด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Security Test)	4.40	0.54	มาก
รวม	4.53	0.31	มากที่สุด

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ครั้งนี้จำนวน 35 คน แบ่งเป็นเพศชาย 24 คน คิดเป็นร้อยละ 68.60 และเพศหญิง 11 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ผลความพึงพอใจต่อการใช้ระบบที่พัฒนาขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและประสิทธิภาพของระบบ และด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ผลความพึงพอใจของผู้ใช้ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ (N=35)

รายการประเมิน	Mean	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา			
1.เนื้อหาที่นำเสนอตรงกับความต้องการ	4.34	0.68	มาก
2.ความครบถ้วนสมบูรณ์ น่าเชื่อถือของข้อมูล	4.34	0.63	มาก
3.ปริมาณข้อมูลที่นำเสนอเพียงพอกับความต้องการ	4.20	0.63	มาก
4.การรายงานข้อมูลหรือเนื้อหาถูกต้องแม่นยำ	4.43	0.55	มาก
5.ความพึงพอใจในภาพรวมด้านเนื้อหา	4.34	0.68	มาก
รวม	4.33	0.50	มาก
ด้านการออกแบบ/การนำเสนอ			
1.การออกแบบหน้าจอเหมาะสม	4.26	0.70	มาก
2.การจัดองค์ประกอบของจอภาพน่าสนใจ สวยงาม สะดุดตา	4.23	0.69	มาก
3.ความชัดเจนของเมนู ส่วนประกอบต่างๆ บนหน้าจอ	4.34	0.48	มาก
4.ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรมีความเหมาะสมอ่านง่าย	4.29	0.57	มาก

รายการประเมิน	Mean	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
5.สีพื้นและสีตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.26	0.70	มาก
6.ภาพประกอบที่ใช้มีความน่าสนใจ	4.23	0.64	มาก
9.ความพึงพอใจในภาพรวมด้านการออกแบบ	4.29	0.66	มาก
รวม	4.27	0.55	มาก
ด้านประสิทธิภาพของระบบและการนำไปใช้ประโยชน์			
1.ระบบเข้าใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน	4.37	0.59	มาก
2.ระบบมีการประมวลผลได้รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้องตรงตามความต้องการ	4.17	0.74	มาก
3.ระบบสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.34	0.68	มาก
4.ความปลอดภัยของข้อมูล มีการจัดระดับความปลอดภัยหรือกำหนดสิทธิ์ในการเข้าใช้งาน	4.31	0.63	มาก
5.ความพึงพอใจในภาพรวมด้านประสิทธิภาพของระบบ	4.31	0.63	มาก
รวม	4.30	0.57	มาก
รวมทั้งหมด	4.30	0.54	มาก

จากตารางที่ 2 เป็นผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 (S.D.=0.54) เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้านเนื้อหาที่มีความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.33 (S.D.=0.50) ซึ่งในส่วนของการรายงานข้อมูลหรือเนื้อหาถูกต้องแม่นยำมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.43 (S.D.=0.55) รองลงมาคือ ด้านประสิทธิภาพของระบบและการนำไปใช้ประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 4.34 (S.D.=0.68) และด้านการออกแบบ/การนำเสนอ เฉลี่ย 4.27 (S.D.=0.55) ในส่วนนี้ผู้ใช้เห็นว่า ความชัดเจนของเมนู ส่วนประกอบต่างๆ บนหน้าจอ ค่าเฉลี่ย 4.34 (S.D.=0.48) รองลงมาขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรมีความเหมาะสมอ่านง่าย ค่าเฉลี่ย 4.29 (S.D.=0.66)

อภิปรายผล

การพัฒนาฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลทุ่งต้อม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถจัดเก็บข้อมูลของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน วัตถุดิบที่ใช้ในการจัดทำ ข้อมูลของผู้จัดทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสาน ซึ่งระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถเป็นต้นแบบจัดเก็บฐานข้อมูลอื่นๆ ของหน่วยงานหรือองค์กรได้ เมื่อนำระบบที่พัฒนาแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด การนำระบบไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kawiwangsalul, Tantipatum, and Jiraponsirapat (2023) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญให้ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบจัดการฐานข้อมูลงานวิจัยนักศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อยู่ในระดับดี จากระบบที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้อยู่ในระดับมาก ระบบสามารถให้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับหัตถกรรมจักสานและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเป็นระบบที่มีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบ การรายงานข้อมูลต่างๆ ทำได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ngiewetung (2017) ได้พัฒนาระบบสารสนเทศรวบรวมลายเครื่องจักสาน พบว่าระบบที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดี และระบบงานมีการรวบรวมฐานข้อมูลเก็บลายเครื่องจักสานเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรม และยังเป็นพื้นฐานความรู้ในการนำไปสอนนักศึกษาสำหรับคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจ งานวิจัยของ Chaipattanametee (2018) ได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลปราชญ์ชาวบ้านในชุมชนวังกกัง อำเภอลำปางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระบบช่วยให้การจัดการข้อมูลได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัย และงานวิจัยของ Emyuak and Salee

(2016) ได้พัฒนาฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่ชุมชนวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลได้ ฐานข้อมูลดังกล่าวสามารถเป็นแหล่งอ้างอิงได้ สรุปได้ว่าการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านหัตถกรรมจักสาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านอาหารหรืออื่นๆ เป็นการช่วยให้ข้อมูลมีการจัดเก็บที่เป็นระบบมากยิ่งขึ้น ช่วยให้ผู้ใช้ค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็วด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

แนวทางการนำผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลที่มีอยู่ในชุมชน รวมถึงการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปราชญ์ชุมชนด้านต่างๆ ได้ และจะมีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับหน่วยงานเช่น องค์การบริหารส่วนตำบล หรือเทศบาลในการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการสร้างแอปพลิเคชันด้านเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (AR) เพื่อนำมาจัดเก็บในฐานข้อมูล เพื่อให้ผู้ใช้ได้เห็นถึงขั้นตอนวิธีทำหัตถกรรมเครื่องจักสานในแต่ละประเภท และเป็นการสร้างความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
2. ควรเพิ่มในส่วนของการแจ้งเตือนผ่าน Line หรือ Facebook Messenger เมื่อมีสมาชิกส่งจองผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน จะช่วยให้รับทราบข้อมูลการสั่งจองได้อย่างเรียลไทม์

บรรณานุกรม

- Boonmatham, S. (2020). The Database System Development of Issues and Needs of the Communities in Phetchaburi Province: A Case of Banlat District (Banlat Models). *Journal of Technology Management Rajabhat Maha Sarakham University*, 7(1), 51-62.
- Chaipattanametee, P. (2018). Database System Development of Intellectuals in Wang-pong Community Pranburi District, Prachuapkhirikhan Province. *Journal of Rajamangala University of Technology Srivijaya*, 10(2), 263-276.
- Emyuak, S., & Salee, S. (2016). Development of the Local Food Database in the Area of Wat-Bot, Phitsanulok Province. *Humanities and Social Sciences Journal of Graduate School Pibulsongkram Rajabhat University*, 10(1), 35-48.
- Kawiwangsalul, N., Tantipatum, M., & Jiraponsirapat, A. (2023). Database Management System for Bachelor's Degree Research, Faculty of Management Science, Loei Rajachat University. *Journal of Academic Information and Technology*, 4(2), 1-14.
- Ngiwetung, P. (2017). Information System of the Basketry Pattern Collection. *Science and Technology Nakhon Sawan Rajabhat University Journal*, 9(10), 55-68.
- Pintawong, S. (2020). Web Application Development of Research Database Management System Maejo University – Phrae Campus. *Maejo Information Technology and Innovation Journal (MITIJ)*, 6(2), 55-70.
- Soodsang, N. (2015). Bamboo Basketry Design Development based on Thai Wisdom Preservation. *International Journal of Business and Social Science*, 6(7), 139-148.
- Srisa-ard, B. (2017). Basic Research. Bangkok: Suweeriyasan.

- Supaartagorn, C., Singkaew, I., & Pimpachai, W. (2019). Development of 3D Book: Basketry Handicrafts and Potteries Using Augmented Reality Technology on Android Operating System. *Information Technology Journal*, 15(1), 81-92.
- Taipalus, T., Grahm, H., & Ghanbari, H. (2021). Error Messages in Relational Database Management Systems: A Comparison of Effectiveness, Usefulness, and User Confidence. *Journal of Systems & Software*, 181. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jss.2021.111034>
- Tungtom Subdistrict Municipality. (n.d.). *History of Tungtom Subdistrict Municipality*. Retrieved May 19, 2024, from <https://www.tungtom.go.th/content/history>