

ภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน

LEADERSHIP OF LOCAL LEADERS IN SUSTAINABLE COMMUNITY HEALTH MANAGEMENT

กษม ชนะวงศ์¹ และวีณา อิศรางกูร ณ อยุธยา^{2*}

Kasom Chanawongse¹ and Veena Isarankura Na Ayudhya^{2*}

¹อธิการบดี วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

²ผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

¹President, College of Asian Scholars

²Director of Research and Development, College of Asian Scholars

*Corresponding Author, E-mail: veena@cas.ac.th

บทคัดย่อ

บทความเชิงทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมเชิงวิเคราะห์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์แนวคิด ความหมาย องค์ประกอบ บทบาท และปัจจัยที่ส่งเสริมภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชน รวมถึงพัฒนา กรอบแนวคิดเชิงวิเคราะห์สำหรับการพัฒนาผู้นำด้านสุขภาพในระดับพื้นที่ วิธีการศึกษาใช้การทบทวน วรรณกรรมจากเอกสารทางวิชาการ รายงานนโยบาย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ โดยทำ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสังเคราะห์องค์ความรู้ตามกรอบทฤษฎีภาวะผู้นำและการจัดการสุขภาพชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนเป็นภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่ต้องปรับตัวตามบริบทพื้นที่ และสถานการณ์ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ วิสัยทัศน์ การสื่อสารและการสร้างแรงจูงใจ การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ คุณธรรมและจริยธรรม รวมถึงความสามารถในการ แก้ปัญหาและการปรับตัว องค์ประกอบดังกล่าวสามารถจัดกลุ่มเป็น 3 มิติหลัก ได้แก่ (1) ทักษะทางความคิด เชิงกลยุทธ์ (2) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม และ (3) ทักษะเชิงคุณค่าและจริยธรรม ซึ่งเชื่อมโยงกับบทบาทของผู้นำในการกำหนดทิศทาง สร้างการมีส่วนร่วม บูรณาการเครือข่าย และเสริมสร้าง ศักยภาพของชุมชน บทความนี้เสนอกรอบแนวคิดการพัฒนาภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนที่บูรณาการ องค์ประกอบผู้นำ บทบาท และปัจจัยสนับสนุนเชิงระบบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผู้นำท้องถิ่นและ แกนนำสุขภาพ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการพัฒนาผู้นำอย่างรอบด้าน และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างระบบสุขภาพชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ การจัดการสุขภาพชุมชน ผู้นำท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชน

Abstract

This theoretical article and analytical literature review aims to synthesize concepts, definitions, components, roles, and factors that promote leadership in community health management, as well as to develop an analytical conceptual framework for strengthening health leadership at the local level. The study employs a comprehensive literature review

of academic publications, policy reports, and relevant national and international research, using content analysis and knowledge synthesis based on leadership and community health management theories. The findings indicate that leadership in community health management is a dynamic and context-sensitive process that requires adaptation to local conditions and situations. Its key components include vision, communication and motivation, evidence-based decision-making, networking and collaboration, integrity and ethics, and problem-solving and adaptive capacity. These components can be categorized into three main dimensions: (1) strategic thinking skills, (2) interpersonal and participatory skills, and (3) value-based and ethical skills. These dimensions are closely linked to leaders' roles in setting direction, fostering participation, integrating networks, and strengthening community capacity. This article proposes an integrated conceptual framework for developing leadership in community health management that combines leadership components, roles, and systemic enabling factors. The framework is intended to guide the development of local leaders and community health advocates. The policy implication is that relevant agencies should support comprehensive and context-responsive leadership development in order to strengthen resilient and sustainable community health systems.

Keywords: Leadership, Community Health Management, Local Leadership, Community Participation

บทนำ

ภาวะผู้นำ (Leadership) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทโดยตรงต่อความสำเร็จของการพัฒนาและการจัดการสุขภาพชุมชน เนื่องจากผู้นำทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการชี้แนะ สร้างแรงจูงใจ และประสานความร่วมมือของประชาชนและภาคีเครือข่ายให้สามารถดำเนินงานตามเป้าหมายร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาวะผู้นำไม่ได้จำกัดอยู่เพียงผู้มีตำแหน่งบริหาร หากแต่หมายรวมถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถสร้างอิทธิพลเชิงบวกและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสุขภาพในทิศทางที่พึงประสงค์ (Northouse, 2021)

ภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน (Leadership of Local Leaders in Sustainable Community Health Management) หมายถึง ความสามารถของผู้นำในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาสุขภาพของประชาชนในระดับพื้นที่ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน การทำงานเชิงเครือข่าย และการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นฐานในการตัดสินใจ (กรมอนามัย [กอ.], 2564) ผู้นำด้านสุขภาพชุมชนจึงมีบทบาททั้งในมิติการบริหารจัดการ การเรียนรู้ร่วมกัน และการเป็นแบบอย่างของพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดขององค์การอนามัยโลกที่มองภาวะผู้นำด้านสุขภาพเป็นกระบวนการเชิงระบบที่เชื่อมโยงนโยบายระดับมหภาคกับการปฏิบัติในระดับพื้นที่ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วม ความเสมอภาค และการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (World Health Organization [WHO], 2020)

ในบริบทของประเทศไทย ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนปรากฏในรูปแบบของผู้นำท้องถิ่นและผู้นำทางสังคมหลากหลายกลุ่ม เช่น นายกองค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และแกนนำองค์กรชุมชน ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างนโยบายสาธารณสุข หน่วยงานภาครัฐ และประชาชนในพื้นที่ (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ [สช.], 2566)

ความสำเร็จของการดำเนินงานสุขภาพชุมชนจึงขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้นำในการเข้าใจบริบททางสังคม วัฒนธรรม และทรัพยากรของพื้นที่ รวมถึงความสามารถในการประสานงานข้ามภาคส่วน

จากการทบทวนแนวคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง พบว่า ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชน ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายประการ ได้แก่ วิสัยทัศน์ การสื่อสารและการสร้างแรงจูงใจ การใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ คุณธรรมจริยธรรม และความสามารถในการแก้ปัญหาและปรับตัว องค์ประกอบเหล่านี้สามารถสังเคราะห์ได้ในรูปของทักษะหลัก 3 มิติ คือ ทักษะทางความคิดเชิงกลยุทธ์ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะเชิงคุณค่าและจริยธรรม ซึ่งล้วนมีความเชื่อมโยงกับบทบาทของผู้นำในการกำหนดทิศทาง สร้างการมีส่วนร่วม บริหารจัดการ และเสริมพลังให้ชุมชน (Northouse, 2021; WHO, 2020)

นอกจากนี้การศึกษายังชี้ให้เห็นว่า การแสดงภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงาน เช่น นโยบายและโครงสร้างองค์กร ทูทางสังคม เครือข่ายความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งสะท้อนว่าภาวะผู้นำไม่ใช่คุณลักษณะเฉพาะตัวบุคคล หากแต่เป็นผลลัพธ์ของระบบและบริบททางสังคมที่เกื้อหนุน

แม้ว่าจะมีองค์ความรู้เกี่ยวกับภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนจำนวนมาก แต่ยังคงขาดการสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดหรือโมเดลที่ชัดเจนสำหรับใช้พัฒนาผู้นำในระดับพื้นที่อย่างเป็นระบบ การศึกษาในบทความนี้จึงมุ่งนำเสนอการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับความหมาย องค์ประกอบ บทบาท ปัจจัยสนับสนุน และตัวอย่างการประยุกต์ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดเชิงบูรณาการสำหรับการเสริมสร้างศักยภาพผู้นำชุมชนให้สามารถขับเคลื่อนระบบสุขภาพชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยืดหยุ่น และยั่งยืนในบริบทการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในอนาคต

เนื้อหา

1. ความหมายภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการชี้นำ จูงใจ และประสานความร่วมมือของบุคคลหรือกลุ่มคนให้ดำเนินการตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยใช้วิสัยทัศน์ ความรู้ ความสามารถ และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน (Northouse, 2021) ภาวะผู้นำไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะผู้บริหารหรือผู้มีตำแหน่งในองค์กรเท่านั้น แต่หมายรวมถึงทุกคนที่สามารถสร้างอิทธิพลเชิงบวกต่อผู้อื่น เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาสังคมในทิศทางที่ดีขึ้น

สำหรับภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน (Leadership of Local Leaders in Sustainable Community Health Management) หมายถึง ความสามารถของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในการบริหารจัดการ กระตุ้น และขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาสุขภาพของประชาชนในระดับพื้นที่ โดยอาศัยหลักการมีส่วนร่วมของชุมชน การประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อการตัดสินใจ (กอ, 2564) ผู้นำด้านสุขภาพชุมชนจึงไม่เพียงเป็น ผู้บริหารจัดการเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้จุดประกายให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน และเป็นแบบอย่างของพฤติกรรมสุขภาพที่ดี

องค์การอนามัยโลก (WHO, 2020) ให้ความหมายของภาวะผู้นำด้านสุขภาพว่า เป็นกระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีบทบาทในการกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาสุขภาพของประชาชน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วม ความเสมอภาค และการเคารพศักดิ์ศรีของมนุษย์ ภาวะผู้นำดังกล่าวต้องสามารถเชื่อมโยงระหว่างนโยบายระดับประเทศกับการปฏิบัติในระดับพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องและยั่งยืน

บริบทของประเทศไทย ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนมักปรากฏในรูปแบบของผู้นำท้องถิ่น เช่น นายกองค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) แกนนำสุขภาพ หรือผู้นำกลุ่มองค์กรชุมชน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม พัฒนา และดูแลสุขภาพของประชาชนในพื้นที่อย่างใกล้ชิด (สช, 2562) ผู้นำเหล่านี้ต้องมีทั้งความรู้ด้านสุขภาพ ความเข้าใจบริบททางสังคม วัฒนธรรม และทักษะในการประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐ เอกชน และชุมชน

ดังนั้น ภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน จึงเป็นทั้งศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการสร้างการเปลี่ยนแปลง โดยผู้นำต้องสามารถใช้ทั้งความรู้ทางสุขภาพ การวิเคราะห์ข้อมูล การสื่อสาร การมีมนุษยสัมพันธ์ และคุณธรรมในการทำงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือของประชาชน การมีภาวะผู้นำที่เข้มแข็งในระดับชุมชนจะช่วยให้การดำเนินงานสุขภาพเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และนำไปสู่ความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชนในระยะยาว

2. องค์ประกอบของภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานด้านสุขภาพในระดับพื้นที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยผู้นำจำเป็นต้องมีองค์ประกอบหลายประการที่ส่งผลต่อความสามารถในการชี้นำ สร้างแรงจูงใจ และประสานความร่วมมือของคนในชุมชน เพื่อบรรลุเป้าหมายด้านสุขภาพร่วมกัน (Northouse, 2021; กอ., 2564) องค์ประกอบหลักของภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชน ได้แก่ วิสัยทัศน์ (Visionary Thinking) การสื่อสารและการสร้างแรงจูงใจ (Communication and Motivation) การตัดสินใจและการใช้ข้อมูล (Decision-Making and Evidence-Based Practice) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ (Networking and Collaboration) คุณธรรมและจริยธรรม (Ethics and Integrity) การแก้ปัญหาและการปรับตัว (Problem-Solving and Adaptability) องค์ประกอบของภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชน ประกอบด้วย ทักษะทางความคิด (Cognitive Skills) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Interpersonal Skills) และทักษะการบริหารจัดการ (Managerial Skills) ซึ่งทั้งหมดเป็นรากฐานของการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและการพัฒนาสุขภาพที่ยั่งยืน

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน สามารถจัดกลุ่มเชิงวิเคราะห์โดยอาศัยกรอบทักษะผู้นำ (Leadership Skills Framework) ได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- 1) กลุ่มทักษะทางความคิดเชิงกลยุทธ์ (Cognitive and Strategic Skills) ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ (Visionary Thinking) การตัดสินใจและการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ (Decision-Making and Evidence-Based Practice) การแก้ปัญหาและการปรับตัวต่อสถานการณ์ (Problem-Solving and Adaptability) องค์ประกอบกลุ่มนี้สะท้อนความสามารถของผู้นำในการวิเคราะห์สถานการณ์ มองภาพรวมของปัญหาสุขภาพ กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาสุขภาพชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในบริบทที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การใช้ข้อมูลและหลักฐานเชิงวิชาการช่วยให้การตัดสินใจมีความแม่นยำและตอบโจทย์บริบทพื้นที่ (Northouse, 2021; WHO, 2020)

- 2) กลุ่มทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม (Interpersonal and Participatory Skills) ประกอบด้วย การสื่อสารและการสร้างแรงจูงใจ (Communication and Motivation) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ (Networking and Collaboration) องค์ประกอบในกลุ่มนี้มุ่งเน้นความสามารถของผู้นำในการทำงานร่วมกับผู้อื่น การสร้างความไว้วางใจ และการกระตุ้นให้ประชาชนและภาคีเครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วมใน

กระบวนการจัดการสุขภาพชุมชน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการทำงานเชิงเครือข่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานสุขภาพเกิดการบูรณาการและความยั่งยืน (Yukl, 2013; Wong & Laschinger, 2013)

3) กลุ่มทักษะเชิงคุณค่า จริยธรรม และภาวะผู้นำเชิงคุณธรรม (Ethical and Value-Based Leadership Skills) ประกอบด้วย คุณธรรมและจริยธรรม (Ethics and Integrity) องค์ประกอบกลุ่มนี้เป็นฐานรากของภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชน เนื่องจากความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากประชาชน ผู้นำที่ยึดมั่นในคุณธรรมจะสามารถตัดสินใจได้อย่างเป็นธรรมและได้รับการยอมรับจากชุมชน ซึ่งส่งผลต่อความต่อเนื่องและความยั่งยืนของการดำเนินงานสุขภาพ (Schein, 2017; Bass & Riggio, 2006)

การจัดกลุ่มเชิงวิเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน มิได้พึ่งพาทักษะประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยการบูรณาการทักษะทั้งสามกลุ่ม ได้แก่ ทักษะทางความคิดเชิงกลยุทธ์ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะเชิงคุณค่าและจริยธรรม การพัฒนาผู้นำชุมชนจึงควรมุ่งเสริมสร้างศักยภาพอย่างรอบด้าน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความซับซ้อนของปัญหาสุขภาพและบริบทพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

3. บทบาทภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน

ภาวะผู้นำมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนงานด้านสุขภาพชุมชนให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ผู้นำในระดับชุมชนไม่เพียงเป็นผู้บริหารจัดการกิจกรรมด้านสุขภาพเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นการมีส่วนร่วม และเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในระบบสุขภาพของชุมชน (Northouse, 2021; กอ., 2564) บทบาทหลักของภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน สามารถจำแนกได้ ดังนี้

3.1 บทบาทในการกำหนดทิศทางและวิสัยทัศน์ (Visionary and Strategic Role) ผู้นำเป็นผู้กำหนดทิศทางและวางยุทธศาสตร์การพัฒนาสุขภาพของชุมชน โดยพิจารณาจากข้อมูลสุขภาพ ปัญหา และทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อสร้างแผนงานที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน (สช., 2562) การมีวิสัยทัศน์ชัดเจนช่วยให้ชุมชนมีเป้าหมายร่วมกันและสามารถขับเคลื่อนกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง

3.2 บทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน (Participatory Role) ผู้นำชุมชนมีหน้าที่กระตุ้นและส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน การตัดสินใจ และการดำเนินงานด้านสุขภาพ เช่น การจัดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย หรือการจัดตั้งคณะกรรมการสุขภาพตำบล (Yukl, 2013; กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ [สบส.], 2565) การมีส่วนร่วมดังกล่าวช่วยให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและร่วมรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ทางสุขภาพ

3.3 บทบาทในการประสานเครือข่ายและความร่วมมือ (Networking and Collaborative Role) ผู้นำต้องทำหน้าที่เป็น “ผู้ประสานงานกลาง” เชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในและนอกชุมชน เช่น โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โรงเรียน ภาคเอกชน และองค์กรประชาสังคม เพื่อให้การดำเนินงานด้านสุขภาพเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเกิดผลลัพธ์สูงสุด (WHO, 2020)

3.4 บทบาทในการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนในชุมชน (Empowerment and Capacity-Building Role) ผู้นำมีหน้าที่ส่งเสริมความรู้และทักษะด้านสุขภาพแก่ประชาชน เช่น การจัดอบรมอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) การให้ความรู้เรื่องโรคเรื้อรัง การดูแลผู้สูงอายุ หรือการสร้างพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ (กอ., 2564) การพัฒนาศักยภาพดังกล่าวเป็นการเสริมพลังให้ชุมชนสามารถจัดการสุขภาพของตนเองได้

3.5 บทบาทในการบริหารจัดการและติดตามประเมินผล (Management and Evaluation Role) ผู้นำต้องมีทักษะด้านการบริหารจัดการโครงการสุขภาพ ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ ไปจนถึงการติดตามและประเมินผล เพื่อให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างคุ้มค่าและโปร่งใส (Schein, 2017) การติดตามผลยังช่วยให้ผู้นำสามารถปรับปรุงกิจกรรมให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน

3.6 บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจและเป็นแบบอย่างที่ดี (Inspirational and Role Model Role) ผู้นำที่มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ และจิตอาสาจะเป็นต้นแบบที่ดีให้แก่คนในชุมชน การกระทำและท่าทีของผู้นำสามารถสร้างความเชื่อมั่นและแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นร่วมมือกันพัฒนาสุขภาพของชุมชนอย่างยั่งยืน (Bass & Riggio, 2006)

ดังนั้น ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนไม่เพียงเป็นบทบาทเชิงบริหารเท่านั้น แต่ยังเป็นบทบาทเชิงสังคมและจิตวิญญาณ ที่ช่วยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสุขภาพโดยใช้พลังของประชาชนและเครือข่ายเป็นฐานสำคัญ การพัฒนาผู้นำจึงเป็นหัวใจในการสร้างระบบสุขภาพชุมชนที่เข้มแข็ง ยืดหยุ่น และยั่งยืนต่อไปในอนาคต

4. ปัจจัยที่ส่งเสริมภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน

ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนไม่ได้เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ แต่เป็นผลจากกระบวนการพัฒนาและการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับบุคคล องค์กร และชุมชน โดยมีปัจจัยหลายประการที่สนับสนุนให้ผู้นำสามารถแสดงบทบาทได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืนต่อสุขภาพของประชาชนในพื้นที่

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้นำ คุณลักษณะส่วนบุคคลเป็นพื้นฐานสำคัญของภาวะผู้นำที่มีคุณภาพ ผู้นำที่มีความรู้ด้านสุขภาพ การจัดการ และการพัฒนาชุมชน จะสามารถวางแผนและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บุคลิกภาพ เช่น ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ความเสียสละ และความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อื่น ถือเป็นคุณสมบัติหลักของผู้นำที่ชุมชนยอมรับ (Bass & Riggio, 2006) ผู้นำที่มีทักษะการสื่อสาร การฟังอย่างเข้าใจ และความเข้าใจในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ย่อมสามารถสร้างความร่วมมือได้ดีกว่า

4.2 ปัจจัยด้านความรู้และทักษะ ผู้นำในงานสุขภาพชุมชนจำเป็นต้องมีความรู้ด้านสาธารณสุข การส่งเสริมสุขภาพ การจัดการโครงการ และการประเมินผล ตลอดจนทักษะด้านการบริหารจัดการ เช่น การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การแก้ปัญหา การประสานงานระหว่างภาคส่วน และการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Green & Kreuter, 2005) นอกจากนี้ การเรียนรู้ตลอดชีวิตและการพัฒนาศักยภาพผ่านการอบรมหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับพื้นที่อื่น ๆ ยังเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของผู้นำ

4.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมชุมชน บริบทของชุมชนมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเกิดและพัฒนาภาวะผู้นำ ชุมชนที่มีความสามัคคี มีค่านิยมร่วมกัน และมีระบบการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เข้มแข็ง จะเอื้อต่อการสร้างผู้นำที่มีคุณภาพ เพราะผู้นำสามารถใช้ทุนทางสังคม (social capital) เช่น ความไว้วางใจ และเครือข่ายความร่วมมือ มาขับเคลื่อนกิจกรรมสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Putnam, 2000)

4.4 ปัจจัยด้านนโยบายและการสนับสนุนจากองค์กร การมีนโยบายและโครงสร้างการสนับสนุนที่ชัดเจนจากองค์กรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานสุขภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้นำมีอำนาจและทรัพยากรเพียงพอในการดำเนินงาน เช่น การสนับสนุนงบประมาณ การให้คำปรึกษาทางวิชาการ และการเปิดโอกาสให้ผู้นำเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจระดับนโยบาย (กอ., 2563)

4.5 ปัจจัยด้านเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของภาคี เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน เป็นกลไกสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้นำชุมชนมีพลังในการจัดการปัญหาสุขภาพที่ซับซ้อน

การทำงานแบบบูรณาการและการประสานความร่วมมือในระดับพื้นที่ช่วยเพิ่มทรัพยากร ความรู้ และนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สนับสนุนภาวะผู้นำให้มีความยั่งยืน (Wong & Laschinger, 2013)

ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งเสริมภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนเป็นกระบวนการที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทั้งมิติส่วนบุคคล สังคม วัฒนธรรม และโครงสร้างองค์กร การสร้างผู้นำที่มีศักยภาพจึงไม่เพียงขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคคลเท่านั้น แต่ต้องอาศัยระบบสนับสนุนที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การจัดการสุขภาพชุมชนบรรลุผลอย่างยั่งยืน

5. ตัวอย่างการประยุกต์ภาวะผู้นำของผู้นำท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน

ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนงานสุขภาพในระดับพื้นที่ เนื่องจากผู้นำเป็นผู้กำหนดทิศทาง ประสานความร่วมมือ และสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสุขภาพของตนเองและชุมชน ตัวอย่างการประยุกต์ภาวะผู้นำในบริบทต่าง ๆ สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 การประยุกต์ภาวะผู้นำในโครงการส่งเสริมสุขภาพชุมชน ในหลายพื้นที่ ผู้นำชุมชน เช่น แกนนำสุขภาพ อสม. หรือผู้นำท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนโครงการส่งเสริมสุขภาพ เช่น โครงการ “ชุมชนปลอดภัย ปลอดภัย ใจเป็นสุข” ของกรมอนามัย โดยผู้นำใช้ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participative Leadership) ในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน สร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมกันออกแบบกิจกรรม เช่น การรณรงค์ลดการบริโภคอาหารเค็ม การออกกำลังกายในชุมชน และการดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือประชาชนมีส่วนร่วมสูงขึ้น เกิดความตระหนักรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพได้จริง (กอ., 2564)

5.2 การประยุกต์ภาวะผู้นำในสถานการณ์โรคระบาด ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภาวะผู้นำของบุคลากรสาธารณสุขและผู้นำชุมชนมีความโดดเด่น โดยเฉพาะผู้นำท้องถิ่น เช่น นายกองค์การบริหารส่วนตำบล หรือกำนันผู้ใหญ่บ้าน ที่ใช้ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ในการสร้างแรงบันดาลใจให้ประชาชนร่วมมือปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรค ผู้นำเหล่านี้ยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการสื่อสารระหว่างหน่วยงานสาธารณสุขกับชุมชน จัดตั้งศูนย์พักคอย จัดหาอุปกรณ์ป้องกัน และระดมทุนในพื้นที่เพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบ ตัวอย่างจากจังหวัดเชียงรายพบว่า การทำงานของผู้นำท้องถิ่นแบบบูรณาการช่วยลดการแพร่ระบาดในระดับหมู่บ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3 การประยุกต์ภาวะผู้นำในการจัดการปัญหาโรคเรื้อรัง ภาวะผู้นำมีบทบาทสำคัญในการจัดการผู้ป่วยโรคเรื้อรัง เช่น เบาหวานและความดันโลหิตสูง ผู้นำชุมชนหรือผู้นำกลุ่มอาสาสมัครสุขภาพในพื้นที่ใช้ภาวะผู้นำแบบโค้ช (Coaching Leadership) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ป่วยดูแลตนเองอย่างต่อเนื่อง เช่น การตั้ง “ชมรมผู้ป่วยเบาหวานและความดันโลหิตสูง” จัดกิจกรรมเดินเพื่อสุขภาพ ตรวจคัดกรองสุขภาพประจำเดือน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างสมาชิก ส่งผลให้ผู้ป่วยมีพฤติกรรมสุขภาพดีขึ้น ลดภาวะการรักษา และสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบสุขภาพชุมชน

5.4 การประยุกต์ภาวะผู้นำในการจัดการสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ผู้นำท้องถิ่นในหลายพื้นที่ได้ประยุกต์ภาวะผู้นำเชิงนิเวศ (Ecological Leadership) ในการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อสุขภาพ เช่น โครงการ “หมู่บ้านปลอดภัย” ที่มีการคัดแยกขยะต้นทาง ส่งเสริมการรีไซเคิล และนำรายได้จากการขายขยะมาสนับสนุนกองทุนสุขภาพชุมชน ภาวะผู้นำในลักษณะนี้มุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เป็นการผสมผสานมิติสิ่งแวดล้อมกับสุขภาพอย่างยั่งยืน (สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ [สปสช.], 2564)

5.5 การประยุกต์ภาวะผู้นำในกลไกการบูรณาการระดับท้องถิ่น ในระดับนโยบายท้องถิ่น เช่น คณะกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตระดับอำเภอ (พชอ.) ภาวะผู้นำของนายอำเภอและหัวหน้าหน่วยงาน

สาธารณสุขเป็นตัวอย่างของภาวะผู้นำเชิงระบบ (System Leadership) ซึ่งมุ่งเน้นการเชื่อมโยงภาคีทุกภาคส่วน เช่น อปท. รพ.สต. โรงเรียน และภาคเอกชน เข้ามาร่วมกันแก้ปัญหาสุขภาพในพื้นที่ โดยใช้ข้อมูลและหลักฐานทางวิชาการเป็นฐานในการตัดสินใจ ผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัด คือ การเกิดนวัตกรรมสุขภาพชุมชน เช่น ศูนย์ฟื้นฟูผู้สูงอายุในชุมชน และระบบดูแลระยะยาว (Long-term Care) ที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม [สสจ.นครปฐม], 2565)

ดังนั้น การประยุกต์ภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนต้องอาศัยความเข้าใจในบริบทของพื้นที่ การทำงานแบบมีส่วนร่วม และการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ความมุ่งมั่น และทักษะการบริหารจัดการ จะสามารถขับเคลื่อนให้ชุมชนมีระบบสุขภาพที่เข้มแข็งและยั่งยืนได้

สรุป

บทความนี้ได้สังเคราะห์องค์ความรู้ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่นในการจัดการสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน จากแนวคิดเชิงทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมเชิงวิเคราะห์ โดยสะท้อนให้เห็นว่า ภาวะผู้นำด้านสุขภาพชุมชนเป็นกระบวนการเชิงพลวัตที่ต้องอาศัยการบูรณาการทักษะทางความคิดเชิงกลยุทธ์ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะเชิงคุณค่าและจริยธรรมอย่างสมดุล (Northouse, 2021; WHO, 2020) ผู้นำที่มีประสิทธิภาพมิได้จำกัดบทบาทอยู่เพียงการบริหารจัดการโครงการหรือกิจกรรมสุขภาพ แต่ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงนโยบายสาธารณะสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ พร้อมทั้งเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของของประชาชนในกระบวนการพัฒนาสุขภาพ (Yukl, 2013; กอ., 2564)

ผลการสังเคราะห์ยังชี้ให้เห็นว่า รูปแบบและบทบาทของภาวะผู้นำจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ลักษณะของปัญหาสุขภาพ และสถานการณ์ทางสังคมที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดภาวะผู้นำเชิงระบบและภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงที่เน้นความยืดหยุ่น การทำงานแบบบูรณาการ และการเรียนรู้ร่วมกันของภาคีเครือข่าย (Bass & Riggio, 2006; WHO, 2020) ดังนั้น การพัฒนาภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนจึงควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพผู้นำอย่างรอบด้าน โดยใช้กรอบแนวคิดที่เชื่อมโยงองค์ประกอบภาวะผู้นำ บทบาท และปัจจัยสนับสนุนเชิงระบบเป็นฐาน เพื่อสนับสนุนการสร้างระบบสุขภาพชุมชนที่เข้มแข็ง ยืดหยุ่น และยั่งยืนในระยะยาว (Putnam, 2000; Schein, 2017)

ข้อเสนอแนะ

1. **ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ** หน่วยงานและองค์กรในระดับพื้นที่ควรนำกรอบแนวคิดภาวะผู้นำในการจัดการสุขภาพชุมชนไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแกนนำสุขภาพและผู้นำท้องถิ่น โดยเน้นการเสริมสร้างทักษะทั้งด้านการคิดเชิงกลยุทธ์ การสื่อสาร การทำงานแบบมีส่วนร่วม และการยึดมั่นในคุณธรรม ควรส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (learning by doing) ผ่านการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้ผู้นำสามารถปรับใช้บทบาทได้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

2. **ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย** ภาครัฐและองค์กรกำหนดนโยบายควรสนับสนุนการพัฒนาภาวะผู้นำด้านสุขภาพชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยบูรณาการประเด็นภาวะผู้นำไว้ในนโยบายและแผนพัฒนาสุขภาพระดับชาติและระดับท้องถิ่น ควรจัดสรรทรัพยากรและกลไกสนับสนุน เช่น งบประมาณ การพัฒนาศักยภาพ และพื้นที่การมีส่วนร่วม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้นำชุมชนมีบทบาทในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจด้านสุขภาพอย่างแท้จริง

3. ข้อเสนอแนะเชิงการศึกษาและการวิจัยในอนาคต การศึกษาในอนาคตควรดำเนินการวิจัยต่อยอดในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยมุ่งนำองค์ความรู้และแนวคิดจากบทความทางวิชาการไปประยุกต์ใช้ในบริบทชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม การวิจัยควรเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อสร้างองค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่สอดคล้องกับบริบทจริง และสามารถต่อยอดสู่การพัฒนาแนวปฏิบัติด้านสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2565). แนวทางการดำเนินงานสุขภาพภาคประชาชน ปีงบประมาณ 2565. https://hss.moph.go.th/HssDepartment/file_reference/20220425398091523.pdf
- กรมอนามัย. (2564). แนวทางการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมสำหรับพื้นที่ ปีงบประมาณ 2564. <https://multimedia.anamai.moph.go.th/associates/guide-book-health-promotion-and-environment-2021/>
- สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (2566). ธรรมนูญว่าด้วยระบบสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 3 พ.ศ. 2565. <https://nationalhealth.gdcatalog.go.th/dataset/nhco-charter/resource/3d6fe6d6-0783-4d0a-ae72-8e85535a1f97>
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม. (2565). รายงานผลการดำเนินงานคณะกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตระดับอำเภอ (พชอ.) ปี 2565. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). Transformational leadership (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Green, L. W., & Kreuter, M. W. (2005). Health program planning: An educational and ecological approach (4th ed.). McGraw-Hill. <https://www.who.int/publications/i/item/strengthening-leadership-for-health-systems>
- Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and practice (9th ed.). SAGE Publications.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. Simon & Schuster.
- Schein, E. H. (2017). Organizational culture and leadership (5th ed.). Wiley.
- Wong, C. A., & Laschinger, H. K. S. (2013). Authentic leadership, performance, and job satisfaction: The mediating role of empowerment. *Journal of Advanced Nursing*, 69(4), 947–959. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2012.06089.x>
- World Health Organization. (2020). Strengthening leadership for health systems. World Health Organization.
- Yukl, G. (2013). Leadership in organizations (8th ed.). Pearson Education.

ความเข้าใจของหน่วยงานต่อเทคโนโลยีดิจิทัลตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ในเขตอำเภอลี่ จังหวัดลำพูน

THE AGENCIES UNDERSTANDING OF DIGITAL TECHNOLOGY ACCORDING TO THE MASTER PLAN FOR PROMOTING THE DIGITAL ECONOMY IN LI DISTRICT, LAMPHUN PROVINCE

อัยยรรักษ์ ตูยาลัย^{1*} และสิตานนท์ เจษฎาพิพัฒน์²
Aiyarat Tuyasai^{1*} and Sitanon Jesdapit²

^{1,2}คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

^{1,2}Faculty of Economics, Rangsit University

*Corresponding Author, E-mail: aiyarat.t64@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะของแผนแม่บทการส่งเสริมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล พ.ศ. 2566-2570 และวิเคราะห์ช่องว่างเชิงดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นพื้นที่ห่างไกลและมีประชากรกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่จำนวนมาก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ รวม 8 หน่วยงาน

ผลการศึกษาด้านแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า ภาครัฐและภาคเอกชนรับรู้ว่ามี การใช้ บังคับแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล โดยยุทธศาสตร์สำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินการของภาครัฐ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 (ปรับทุนมนุษย์สู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล) และยุทธศาสตร์ที่ 4 (เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ โครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรมดิจิทัล) ขณะที่ภาคเอกชนจะได้ประโยชน์จากแผนฯ ในทางอ้อมผ่านการปรับเปลี่ยน โครงสร้างจากภาครัฐ ซึ่งสภาพปัญหาที่พบ คือ ขาดการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนฯ รวมทั้งขาดการ จัดสรรงบประมาณจากภาครัฐ และไม่มีการส่งเสริมให้บุคลากรรุ่นใหม่เข้ามาทำงานในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในพื้นที่ ห่างไกล สำหรับผลการศึกษาช่องว่างเชิงดิจิทัลทั้ง 3 ด้าน พบว่า ด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลหน่วยงานมีเครื่องมือ และอุปกรณ์ยังล้าสมัย ไม่มีประสิทธิภาพ และขาดแคลนงบประมาณสำหรับการปรับปรุงสัญญาณอินเทอร์เน็ตและ โทรศัพท์ไม่เสถียร ด้านบุคลากร หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ส่วนใหญ่ขาดบุคลากรที่มีความรู้และทักษะด้าน เทคโนโลยีดิจิทัล บุคลากรที่มีอยู่มีอายุเฉลี่ยสูง ทำให้การเรียนรู้และปรับตัวต่อเทคโนโลยีใหม่ยาก ขณะที่ ภาคเอกชนประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากรและต้นทุนการจ้างงานที่สูง ด้านนโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ยังไม่ครอบคลุม และไม่เอื้อต่อการเข้าถึงเครื่องมือ และอุปกรณ์ในราคาที่เหมาะสม อีกทั้งยังไม่มีกลไกลดหย่อนภาษีหรือสนับสนุนงบประมาณที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนี้ คือ ภาครัฐควรปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลให้ครอบคลุมและมีเสถียรภาพ พัฒนา/เพิ่มบุคลากรดิจิทัลทั้งในภาครัฐและเอกชน จัดสรรงบประมาณและเครื่องมืออุปกรณ์ที่เหมาะสม เปิด โอกาสให้ชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ตลอดจนสร้างกลไกการติดตาม ประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การพัฒนาดิจิทัลในประเทศเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างยั่งยืนและครอบคลุมทุกพื้นที่

คำสำคัญ: เศรษฐกิจดิจิทัล แผนแม่บทการส่งเสริมดิจิทัล ยุทธศาสตร์ชาติ เขตชุมชน



Abstract

This research aimed to study the performance of the Master Plan for Digital Promotion for the Digital Economy and Society 2023–2027 and analyze the digital gap between public and private agencies in Li District, Lamphun Province, and a remote area with a large ethnic population. Qualitative research methods were employed, including in-depth interviews with key informants from eight local public and private agencies.

The results of the study on the Digital Economy Promotion Master Plan found that both the public and private sectors are aware of the implementation of the Digital Economy Promotion Master Plan. Key strategies that directly impacting government operations include Strategy 1 (Adjusting Human Capital for the Digital Economy and Society) and Strategy 4 (Increasing the Efficiency of Digital Innovation Infrastructure). While the private sector indirectly benefits from the plan through government structural adjustments. On the challenges, include a lack of monitoring of the plan's implementation, a lack of government budget allocation, and a lack of promotion of new talent to work in digital technology in remote areas. The results of the study of the digital divide across three dimensions revealed regarding digital infrastructure, the tools and equipment remain outdated, inefficient, and lack budgetary support for improving unstable internet and telephone signals. In terms of staffs, most local government agencies lack personnel with digital technology knowledge and skills. The existing workforce has a high average age, making learning and adapting to new technologies difficult. Meanwhile, the private sector suffers digital personnel shortage and high employment costs. Regarding government policies affecting the prices of information technology products and services, they are found to be inclusive and do not facilitate access to tools and equipment at reasonable prices. Furthermore, there are no clear tax breaks or budgetary support.

Recommendations from this research included the government should improve the digital infrastructure to ensure comprehensiveness and stability, develop/increase digital personnel in both the public and private sectors, allocate appropriate budgets and equipment, provide opportunities for communities and local agencies to participate in policy-making, and establish continuous monitoring and evaluation mechanisms to ensure sustainable and comprehensive digital development in the country.

Keywords: Digital Economy, Master Plan, National Strategy, Rural Area

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความรวดเร็วของระบบอินเทอร์เน็ต การพัฒนาเครื่องมือสื่อสาร และพัฒนาการของแอปพลิเคชัน (Application) นอกจากนี้ จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ได้หล่อหลอมให้

ผู้คนหันมาใช้และพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ภาคธุรกิจจึงต้องปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคและปรับตัวให้ทันต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

จากพลวัตของการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจดิจิทัลของโลก เพื่อไม่ให้ประเทศไทยล้าหลังประเทศคู่แข่ง พร้อมเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน รัฐบาลได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุมทุกภาคส่วน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) และเพื่อตอบสนองต่อแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จึงได้จัดทำแผนแม่บทการส่งเสริมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล พ.ศ. 2566-2570 (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), 2566) โดยส่งเสริมและสนับสนุนประเทศไทยให้เข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ด้วยกลไก มาตรการ เครื่องมือ และการจัดสรรทรัพยากร (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560)

อย่างไรก็ดี ประเทศไทยอาจมีข้อจำกัดในการดำเนินการตามแผนแม่บทดังกล่าว จากความเหลื่อมล้ำของเทคโนโลยีที่เรียกว่า ช่องว่างเชิงดิจิทัล (Digital Divide) ซึ่งข้อจำกัดนี้มีสาเหตุมาจากกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในชนบทหรือพื้นที่ห่างไกลที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลได้ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ [กสทช.], 2553) นอกจากนี้ จากการศึกษาความเหลื่อมล้ำทางด้านดิจิทัลในชุมชนเมืองและชนบทของไทยในปี 2560 ยังแสดงให้เห็นถึงว่าภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีความเหลื่อมล้ำทางด้านดิจิทัลระหว่างชุมชนเมืองและชนบทมากที่สุด (ฐิติมา ปานศรี, 2562) โดยในพื้นที่อำเภอสีจิงหวัดลำพูน ซึ่งมีพื้นที่ที่เป็นภูเขาสูงและห่างไกลจากตัวเมือง มีประชากรกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่จำนวนมาก ประกอบกับการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานอย่างอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและสัญญาณโทรศัพท์ ยังไม่ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน และกลุ่มชาติพันธุ์ในภาคเหนือมีระดับทักษะดิจิทัลต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ (วัลย์ลักษณ์ อมรสิริพงษ์, 2562)

จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับความเข้าใจด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของกลุ่มคนในพื้นที่ห่างไกล และสมรรถนะของแผนแม่บทการส่งเสริมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล พ.ศ. 2566-2570 ในชุมชนพื้นที่ห่างไกล รวมถึงการวิเคราะห์ช่องว่างเชิงดิจิทัลที่เกิดขึ้นระหว่างชุมชนเมืองกับชุมชนพื้นที่ห่างไกล ดังนั้น อำเภอสีจิงหวัดลำพูน จึงเป็นอำเภอที่มีความเหมาะสมในการศึกษาอย่างยิ่ง โดยการศึกษาครั้งนี้ จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนพื้นที่ห่างไกล รวมถึงแนวทางในการลดช่องว่างเชิงดิจิทัล เพื่อนำประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัลที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะของแผนแม่บทการส่งเสริมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล พ.ศ. 2566-2570 พร้อมทั้งวิเคราะห์ช่องว่างเชิงดิจิทัล และระบุปัญหา ข้อจำกัดของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่อำเภอสีจิงหวัดลำพูน ต่อการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการดำเนินการตามแผนแม่บท
2. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะทางนโยบายในการลดช่องว่างเชิงดิจิทัลและส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับหน่วยงานในพื้นที่ห่างไกล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาแนวทางในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่อำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสมรรถนะของแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ปี 2561-2565 และ ปี 2566-2570 กับหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการที่อยู่ในเขตอำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน ซึ่งแผนแม่บทดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561-2580 ตามพระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560 ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ที่มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2562 โดยแผนดังกล่าวได้กำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีความมุ่งหมายสำคัญเพื่อปฏิรูปประเทศไทยให้ทันต่อบริบทการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ คือ

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ปรับทุนมนุษย์สู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 เปลี่ยนเศรษฐกิจดั้งเดิมสู่เศรษฐกิจดิจิทัลมูลค่าสูง
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างโอกาสใหม่ กระจายความเจริญอย่างเท่าเทียม
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้โครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรมดิจิทัล

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ช่องว่างเชิงดิจิทัล และระบุปัญหาที่ได้รับจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ภายในหน่วยงานทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน ซึ่งการวัดประโยชน์ได้มีกรวัดจากการเข้าถึงเทคโนโลยี การประยุกต์ใช้อุปกรณ์ภายในหน่วยงาน และความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลหรือโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยอิงจากทฤษฎีช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) ซึ่งชาติชาย มุกสง และ นพพร มาลารักษ์ (ม.ป.ป.) ที่ได้ให้นิยามไว้ว่า ช่องว่างทางดิจิทัลวัดได้จากความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึง (access) การประยุกต์ใช้ (adapt) และการสร้าง (create) ความรู้และเครื่องมือดิจิทัลในการสร้างโอกาสและทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลพวงจากความไม่เท่าเทียมทางสังคมและเศรษฐกิจ

กิริพัฒน์ เขียนทองกุล และคณะ (2564) จัดทำบทวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสถาบันระหว่างหน่วยงานของรัฐ โดยได้ผลการศึกษาว่า นโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลมีบทบาทในการกำหนดหน้าที่ของหน่วยงานในระดับมหภาค และจำนวนหน่วยงานมีสัมพันธ์กันในปัจจัยสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนนโยบายนี้สู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ แต่ยังคงขาดการเชื่อมประสานซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในแต่ละระดับได้

นคร เสรีรักษณ์ และคณะ (2562, หน้า 171) ได้ทำการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลท้องถิ่นพบว่า ไม่มีการถ่ายทอดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทำให้เจ้าหน้าที่และบุคลากรขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย จึงไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การเผยแพร่ความรู้ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาขีดความสามารถด้านการวางแผนหรือนำแนวคิด นโยบาย และวิธีคิดแบบดิจิทัลมาใช้จัดทำแผนในส่วนในระดับท้องถิ่น และงานวิจัยชิ้นนี้ได้มีการเสนอแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงโดยให้ทางรัฐบาลมีการส่งการถึงหน่วยปฏิบัติทุกระดับ พร้อมทั้งถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล และจัดทำคู่มือเพื่อเป็นคู่มือในการจัดทำแผนเศรษฐกิจดิจิทัลในระดับท้องถิ่น

นุรฮุดา มะสามแม และคณะ (2567, หน้า 99) ได้ทำการศึกษาการประเมินทักษะและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการข้อมูลชุมชน กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลเขาตุ้ม พบว่า ในการประเมินการใช้เทคโนโลยีในการจัดการข้อมูลชุมชน วัดจากทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจ ซึ่งทางคณะวิจัยได้เป็นกลุ่มผู้ใช้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มบุคลากร และกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขชุมชน และได้ผลการศึกษาว่า ทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ค่าเฉลี่ยสูงที่ 3.95 และมีกรอบความคิดด้านจิตอาสาและการให้บริการสาธารณะด้วยค่าเฉลี่ยที่ 4.20

พัตน์กมล อ่อนสำลี (2563, หน้า 179) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนกับการตลาดยุคใหม่และสังคมดิจิทัล โดยได้ผลการศึกษาว่า ปัญหาที่กลุ่มรัฐวิสาหกิจส่วนมากมีปัญหาด้านการตลาด การเงิน และการบริหารจัดการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำรงอยู่รอดในสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจเหล่านี้จำเป็นต้องปรับตัวโดยมีการนำแนวคิดการตลาดยุคใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ คือ ความต้องการของผู้บริโภค ความเหมาะสมของราคา ช่องทางและความสะดวกในการซื้อ และการสื่อสารและการนำเสนอ แนวคิดเหล่านี้จะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วจากการปรับเปลี่ยนมุมมองทางการตลาดและให้ความสำคัญกับผู้บริโภค

สุภารักษ์ จูตระกูล (2563, หน้า 234) ได้ทำการศึกษานวัตกรรมสินค้าภูมิปัญญาไทยเชิงสร้างสรรค์กับการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล ได้ผลการศึกษาว่า ชุมชนท้องถิ่นสามารถนำภูมิปัญญา ประเพณี ศิลปะ และวัฒนธรรม มาประยุกต์ใช้กับการตลาดยุคใหม่ที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการในชุมชนด้วยการสร้างความแตกต่างของแต่ละชุมชน โดยวิธีการที่จะเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับต้องมีการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางการตลาดในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากสร้างความสัมพันธ์แล้วยังต้องมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงธุรกิจเพื่อเป็นอีกช่องทางในการค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งรวมถึงการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในเชิงสร้างสรรค์ อาทิ การให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าภูมิปัญญาไทย โดยผู้บริโภคสามารถติดต่อหรือสื่อสารกับผู้ผลิตได้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube, Facebook, Instagram หรือ X เป็นต้น นอกจากนี้ การสร้างการตลาดเชิงสร้างสรรค์ยังสามารถทำได้อีกหลายวิธี อาทิ การสร้างเรื่องราวหรือเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์มาประกอบกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย ซึ่งสินค้าภูมิปัญญาไทยในชุมชนแต่ละชุมชนที่มีความแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์ หากสามารถนำความรู้และความสามารถด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์และความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มศักยภาพสินค้าภูมิปัญญาชุมชนจะทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนได้อย่างทั่วถึงและสามารถพึ่งพาตนเองได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเข้าใจของหน่วยงานต่อเทคโนโลยีดิจิทัล ผลของการดำเนินงานตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลที่วางไว้ บ่งชี้ช่องว่างที่มีอยู่ และเพื่อระบุปัญหาและข้อจำกัดของหน่วยงาน โดยใช้กรณีศึกษาของตำบลลี่ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. พื้นที่การศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในการศึกษานี้ ใช้หน่วยงานในพื้นที่อำเภอลี้ คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่อยู่ในพื้นที่อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน จำนวน 8 หน่วยงาน ประกอบด้วย

- หน่วยงานภาครัฐ 4 หน่วยงาน ได้แก่ (1) สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ (2) ศูนย์การศึกษา
นอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอ (กศหน้า) (3) สำนักงานเกษตรอำเภอ และ (4) สำนักงาน
เทศบาลตำบลก้อทุ่ง

- หน่วยงานเอกชน ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการทั้งหมด 10 ราย จากกลุ่มวิสาหกิจ 4 กลุ่ม
ได้แก่ (1) กลุ่มทอผ้าชุมชนบ้านปวงคำ (2) กลุ่มทอผ้าชุมชนป่าไผ่ (3) กลุ่มเกษตรกรบ้านก้อทุ่ง และ (4) กลุ่ม
ปลาแห่งบ้านก้อทุ่ง

ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นตัวแทนที่เป็นทางการของหน่วยงานและมีภารกิจที่รับผิดชอบโดยตรงกับสาระ
ของการวิจัย แต่การให้ข้อมูลเป็นภารกิจที่ไม่ผูกพันองค์กรแต่อย่างใด

2. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาความรู้เกี่ยวกับวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อบ่งชี้ประเด็นหลักของการ
วิจัย คำถามหลักและกำหนดกรอบแนวคิดรวบยอดของการวิจัย จากนั้นจึงกำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์
ผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเป็นคำถามให้ครอบคลุมตาม
ขอบเขตของการวิจัยและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด ที่
เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลหลัก แล้วจึงทำแผนการนัดสัมภาษณ์เชิงลึกแต่ละกลุ่ม-บุคคล โดยปรับ
ยึดตามความสะดวกของแต่ละกลุ่ม-บุคคลอย่างเป็นทางการในบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร
และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

- การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษา
เอกสาร บทความ ทฤษฎีต่าง ๆ

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งแบบไม่เป็นทางการและแบบเป็นทางการ จำแนก
เป็น (1) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยผู้ทำวิจัยได้ทำการลงพื้นที่พูดคุยกับตัวแทนของกลุ่มวิสาหกิจ
และตัวแทนของเจ้าหน้าที่จากภาครัฐด้วยการเปิดประเด็นคำถามก่อน เพื่อให้ผู้ตอบคำถามรับรู้ถึงทิศทางของ
คำถามและบทสัมภาษณ์ สำหรับเตรียมตัวในการตอบคำถามอีกครั้งในการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ ซึ่งจะ
ใช้เวลาเตรียมตัวกลุ่มละ 2-3 วัน และ (2) การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้
คำถามการสัมภาษณ์ และมีการจดบันทึกและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้
สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 60-90 นาที จากนั้นข้อมูลจะถูก
นำมาทำการบันทึกและถอดเทปภายใน 1 วัน เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วน เพื่อนำไป
ศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป

4. การสอบทานความเที่ยงตรงและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านการรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยนำ
ข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปและการบันทึกการสัมภาษณ์มาอ่านหลาย ๆ ครั้งเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวม
ของข้อมูลที่ได้ จากนั้นผู้วิจัยได้นำมาทำการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอในรูปแบบความเรียง โดยอาศัยทฤษฎี
ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กับหน่วยงานในพื้นที่อำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน ปัจจัยด้านแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

สภาพปัจจัยด้านแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า ภาครัฐและภาคเอกชนภายในพื้นที่อำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน ระบุว่ามีการใช้บังคับแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งระยะที่ 1 และระยะที่ 2 โดยยุทธศาสตร์สำคัญของแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลที่ส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินการของภาครัฐ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 (ปรับทุนมนุษย์สู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล) และยุทธศาสตร์ที่ 4 (เพิ่มประสิทธิภาพการใช้โครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรมดิจิทัล) ในขณะที่ภาคเอกชนจะได้ผลประโยชน์จากแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลในทางอ้อมผ่านการปรับเปลี่ยนโครงสร้างจากภาครัฐ

สภาพปัญหาที่เกิดจากการดำเนินการตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งพบว่า ขาดการติดตามผลของการดำเนินงานตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลต่อชุมชนในพื้นที่อำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน ขาดการส่งเสริมจากส่วนกลาง/ภาครัฐในการปรับปรุงด้านบุคลากรภายในหน่วยงาน ขาดการจัดสรรงบประมาณจากส่วนกลาง/ภาครัฐสำหรับดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ไม่มีการส่งเสริมให้บุคลากรรุ่นใหม่ ๆ เข้ามาทำงานในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในพื้นที่ห่างไกล และขาดแรงบันดาลใจสนับสนุนจากส่วนกลาง/หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบในการดำเนินการตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

ข้อเสนอแนะการแก้ไขปัญหาจากสภาพปัญหาที่เกิดจากการดำเนินการตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลว่า ส่วนกลาง/ภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องมีการประเมินผลของแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลอยู่เสมอ ควรมีการสนับสนุนด้านนโยบายอื่น ๆ ในการผลักดันให้มีการดำเนินการตามแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างแท้จริง ควรให้ส่วนกลาง/หน่วยงานที่รับผิดชอบลงพื้นที่ในชุมชนเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและดำเนินการออกนโยบายในการพัฒนาชุมชนที่สอดคล้อง ควรให้ความสำคัญกับการจัดสรรอุปกรณ์และเครื่องมือให้กับหน่วยงานในพื้นที่ห่างไกล และควรสนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงานนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินการมากขึ้น

2. ผลการศึกษาช่องว่างเชิงดิจิทัลของหน่วยงานในพื้นที่อำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล

สภาพโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่อยู่ในเขตอำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน พบว่า ในภาครัฐทุกหน่วยงานมีเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ไฟฟ้า และโทรศัพท์ เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานได้มีการของงบประมาณเพื่อดำเนินการจัดซื้อเครื่องมือ และอุปกรณ์เป็นระยะ หากเครื่องมือและอุปกรณ์มีการชำรุดทรุดโทรม อย่างไรก็ตาม ในบางปีงบประมาณที่มีการจัดสรรงบประมาณไม่เพียงพอ อาจทำให้ต้องเลื่อนระยะเวลาในการดำเนินการจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ออกไป ทั้งนี้ ในภาคเอกชนจะมีคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ดีกว่า เนื่องจากหน่วยงานภาคเอกชนสามารถจัดหาหรือจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ได้โดยทันที โดยไม่จำเป็นต้องรอกระบวนการจัดสรรงบประมาณเหมือนภาครัฐ ส่งผลให้ภาคเอกชนมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ได้รวดเร็วกว่าภาครัฐ

ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล พบว่า เครื่องมือและอุปกรณ์โดยส่วนใหญ่ โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ยังค่อนข้างที่จะไม่มีประสิทธิภาพ บางหน่วยงานจำเป็นต้องนำเครื่องมือและอุปกรณ์ส่วนตัว

มาใช้ สัญญาณอินเทอร์เน็ตและสัญญาณโทรศัพท์ที่ไม่มีความเสถียร และปัญหาด้านงบประมาณที่ไม่เพียงพอ สำหรับจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์

ข้อเสนอแนะต่อปัญหาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล พบว่า ภาครัฐเสนอว่าควรมีการวางแผนงบประมาณ ให้เพียงพอ โดยให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการวางแผนงบประมาณ ควรมีการประเมินงบประมาณ ค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ รวมถึงงบประมาณดำเนินโครงการที่ต้องนำเทคโนโลยีมาใช้ให้ ครอบคลุมหลาย ๆ ด้านสำหรับจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ ในขณะที่ภาคเอกชน ได้กำหนดให้มีการอนุญาต ให้บุคลากรนำเครื่องมือและอุปกรณ์ส่วนตัวมาใช้ในการทำงานได้ โดยอาจให้เงินชดเชยในกรณีที่เครื่องมือและ อุปกรณ์เกิดการชำรุดในระหว่างปฏิบัติงาน และเสนอให้มีการให้งบประมาณแก่หน่วยงานในพื้นที่ห่างไกลก่อน เพื่อสามารถจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ได้

3. คุณลักษณะข้อมูลพื้นฐานของหน่วยวิเคราะห์

สภาพคุณลักษณะข้อมูลพื้นฐานของหน่วยวิเคราะห์ของหน่วยงานที่อยู่ในเขตอำเภอ ลี้ จังหวัด ลำพูน พบว่า ในหน่วยงานภาครัฐ โดยส่วนใหญ่ไม่ได้มีบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล นอกจากนี้ ในหน่วยงานที่ไม่ได้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีมากนัก จะมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถใน ด้านดังกล่าวน้อย สำหรับภาคเอกชน ในแต่ละหน่วยงานจะมีบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างน้อย 1 คน มีอายุในช่วง 25-35 ปี ทั้งนี้ ภาคเอกชนจะไม่ข้อจำกัดด้านบุคลากรเช่นเดียวกับภาครัฐ เนื่องจากภาคเอกชน สามารถเปิดรับสมัครบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านดังกล่าวได้ในทันที และสามารถรับบุคลากร ดังกล่าวเข้ามาทำงานได้ในจำนวนเท่าใดก็ได้ นอกจากนี้ เนื่องจากบุคลากรในภาคเอกชนหลาย ๆ คน มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จึงมีการถ่ายทอดความรู้ความสามารถให้แก่บุคลากรภายในหน่วยงานได้ ดีกว่าของภาครัฐ

ปัญหาคุณลักษณะของข้อมูลพื้นฐานของหน่วยวิเคราะห์ พบว่า ในภาครัฐมีการขาดแคลนบุคลากร ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในหลาย ๆ หน่วยงาน บุคลากรที่มีอยู่ไม่ได้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเท่าที่ควร บุคลากรมี อายุค่อนข้างมากจึงไม่สามารถเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในภาคเอกชน พบว่า หน่วยงานต้องจ่ายเงินเดือนเป็นจำนวนมากกว่าบุคลากรด้านอื่น ๆ เนื่องจากหน่วยงานไม่ควรว่าจ้างบุคคลที่ไม่มีวุฒิ การศึกษาในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาทำงานแทน ซึ่งแตกต่างจากตำแหน่งอื่น ๆ ที่สามารถรับวุฒิการศึกษาที่ หลากหลายกว่าได้ นอกจากนี้ บุคลากรในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมักจะไม่อยู่กับองค์กรเป็นเวลานาน เนื่องจาก มักเป็นบุคคลที่มีอายุน้อย และต้องการชวชนขยายในหน้าที่การงานในตัวเมือง ซึ่งจะให้รายได้กับบุคลากรเหล่านี้ มากกว่า

ข้อเสนอแนะต่อปัญหาคุณลักษณะข้อมูลพื้นฐานของหน่วยวิเคราะห์ คือ ภาครัฐต้องให้ ความสำคัญกับบุคลากรในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และมีการสนับสนุนเงินทุนเพื่อจูงใจให้บุคลากรในด้านนี้มา ทำงานกับหน่วยงานในพื้นที่ห่างไกล ควรมีการจัดการอบรมบุคลากรในหน่วยงานให้มีความรู้ความสามารถใน ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดกิจกรรมในหน่วยงานเพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลระหว่างกัน สำหรับภาคเอกชน เสนอว่า ภาครัฐควรมีนโยบายในการส่งเสริมหรือชักจูงให้คนรุ่นใหม่อยากมาทำงานด้าน เทคโนโลยีดิจิทัลในพื้นที่ห่างไกล โดยอาจเสนอให้มีการลดหย่อนภาษีมากขึ้น หรือได้สวัสดิการอื่น ๆ เพิ่มเติม

4. นโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

นโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของหน่วยงานที่ อยู่ในเขตอำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน พบว่า นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐไม่ยังเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมต่อการ

นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในหน่วยงาน และภาครัฐยังไม่มีการใช้บังคับนโยบายด้านราคาอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งภาคเอกชนมองว่า นโยบายด้านราคาจะส่งผลกระทบต่อหน่วยงานภาคเอกชนในทางอ้อม โดยอาจจะกระทบระดับราคาของเครื่องมือและอุปกรณ์ และการดำเนินการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลบางอย่างจำเป็นต้องเสียภาษี ซึ่งภาคเอกชนที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านดังกล่าวจะต้องเสียภาษีเป็นจำนวนมากในแต่ละปี

ปัญหา นโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ในภาครัฐ และเอกชนมองเห็นปัญหาในลักษณะเดียวกัน คือ นโยบายด้านราคาของภาครัฐยังไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากราคาขายของเครื่องมือและอุปกรณ์ในพื้นที่ห่างไกลยังมีราคาสูงไม่ต่างกับในพื้นที่ชุมชนเมือง ภาครัฐยังไม่มียุทธศาสตร์ด้านบริการที่ครอบคลุม ภาครัฐยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเท่าที่ควร และการจัดเก็บภาษีของกิจกรรมทางดิจิทัลบางประเภท ส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานของหน่วยงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหน่วยงานไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

ข้อเสนอแนะต่อปัญหา นโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในภาครัฐ ได้เสนอให้มีการรับฟังปัญหาของหน่วยงานในพื้นที่ห่างไกล และนำไปพิจารณาจัดทำนโยบายในสอดคล้อง ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างมากขึ้น เพื่อให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างมีประสิทธิภาพ และไม่ใช้งบประมาณมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น และในภาคเอกชนเสนอให้ภาครัฐควรใช้บังคับนโยบายเพื่อส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะนโยบายการลดหย่อนภาษีจากกิจกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล หรือการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัลแก่หน่วยงานในพื้นที่ห่างไกล

อภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่น่าสนใจ จึงนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การศึกษาแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กับหน่วยงานในพื้นที่อำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน พบว่า หน่วยงานในพื้นที่ที่มีการรับรู้ถึงแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ซึ่งยุทธศาสตร์ที่สร้างผลกระทบต่อชุมชนในพื้นที่ห่างไกลได้มากที่สุดมีเพียงยุทธศาสตร์ ที่ 1 และ 4 เท่านั้น ในขณะที่ ยุทธศาสตร์ที่ 2 เปรียบเหมือนการต่อยอดเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้ว ซึ่งจะประโยชน์ต่อชุมชนเมืองมากกว่า และยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่กล่าวถึงการกระจายความเจริญอย่างเท่าเทียมนั้น ไม่ได้รับการสนับสนุนให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เนื่องจากหน่วยงานในพื้นที่ห่างไกลยังคงไม่มีความเจริญเทียบเท่าหรือใกล้เคียงกับชุมชนเมืองแต่อย่างใด ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะของหน่วยงานที่สามารถนำไปปรับใช้เพื่อผลักดันให้แผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลมีผลต่อชุมชนในพื้นที่ห่างไกล โดยมีการเสนอว่าส่วนกลางหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบออกนโยบายต้องมีการลงพื้นที่เพื่อรับฟังความเห็นหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของหน่วยงานในพื้นที่ห่างไกล และต้องมีการประเมินผลของแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลอยู่เสมอเพื่อรับทราบผลกระทบต่อชุมชนในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นคร เสรีรักษ์ และคณะ (2562, หน้า 171) ที่พบว่า ไม่มีการถ่ายทอดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนี้ การศึกษาของ กิรพัฒน์ เขียนทองกุล และคณะ (2564) ยังพบประเด็นปัญหาในลักษณะเดียวกัน คือ ขาดการเชื่อมประสานของหน่วยงานในแต่ละระดับซึ่งอาจส่งผลต่อการส่งผ่านนโยบายในแต่ละระดับได้

2. การศึกษาช่องว่างเชิงดิจิทัลของหน่วยงานในพื้นที่อำเภอ ลี้ จังหวัดลำพูน ด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล พบว่า แม้หน่วยงานในพื้นที่ห่างไกลจะมีอุปกรณ์และเครื่องมือเช่นเดียวกันหน่วยงานในพื้นที่ชุมชนเมือง แต่อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ยังล้าสมัย อุปกรณ์และเครื่องมือบางชนิดไม่สามารถใช้งานได้ โดยมีปัญหามา

จากไม่มีงบประมาณที่เพียงพอในการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นคร เสรีรักษณ์ และคณะ (2562, หน้า 185) ที่สะท้อนให้เห็นมุมมองว่านโยบายด้านการเงินไม่ได้รับการสนับสนุนหรือส่งเสริมถ่ายทอดภายในองค์กรระดับท้องถิ่น นอกจากนี้ สภาพปัญหาที่พบได้ในชุมชนพื้นที่ห่างไกล คือ สัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อระดับช่องว่างเชิงดิจิทัลระหว่างชุมชนเมืองและชุมชนในพื้นที่ห่างไกล ดังเช่นงานวิจัยของฐิติมา ปานศรี (ฐิติมา ปานศรี, 2562, หน้า 59) ที่ศึกษาความเหลื่อมล้ำทางด้านชีวิตดิจิทัลในประเทศไทย และพบว่า ชุมชนเมืองและชุมชนชนบทของไทยยังมีความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยีดิจิทัลระหว่างกันอยู่มาก และภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีความเหลื่อมล้ำทางด้านดิจิทัลระหว่างชุมชนเมืองและชนบทมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ขอเสนอแนะจากหน่วยงานที่อาจช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ คือ การวางแผนงบประมาณให้เพียงพอสำหรับจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ ซึ่งต้องอาศัยการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยในหน่วยงานภาครัฐจะต้องมีการประสานงานในทุกระดับเพื่อให้หน่วยงานระดับสูงรับทราบปัญหาดังกล่าว และสามารถจัดสรรงบประมาณให้หน่วยงานในสังกัดได้อย่างถูกต้องและเพียงพอ

3. การศึกษาช่องว่างเชิงดิจิทัลของหน่วยงานในพื้นที่อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน ด้านคุณลักษณะของประชากร พบว่า บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐโดยส่วนใหญ่ไม่มีบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัลโดยตรง ในขณะที่หน่วยงานภาคเอกชนจะมีการว่าจ้างบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างน้อย 1 คน และสภาพปัญหา พบว่าภาครัฐยังไม่มีส่งเสริมให้มีการรับบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างทั่วถึง รวมถึงไม่มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่เป็นการส่งเสริมหรือเสริมสร้างการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่บุคลากรในองค์กร ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ให้ผลลัพธ์ตรงกันข้ามกับงานวิจัยของนุรฮูดา มะสามแม และคณะ (2567, หน้า 99) ที่ทำการศึกษาระเบียบทักษะและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการข้อมูลชุมชนกรณีศึกษาศูนย์การบริหารส่วนตำบลเขาตม ซึ่งพบว่าทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของกลุ่มผู้บริหารกลุ่มบุคลากร และกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขชุมชนได้ค่าเฉลี่ยสูง อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างของผลการวิจัยทั้งสองงานข้างต้น อาจใช้งานวิจัยของฐิติมา ปานศรี (2562, หน้า 50) ในการช่วยอธิบายผล เนื่องจากได้ศึกษาความเหลื่อมล้ำทางด้านชีวิตดิจิทัลในประเทศไทย และพบว่า คนในพื้นที่ภาคใต้มีการพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเร็วกว่าคนในพื้นที่ภาคเหนือมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557

4. การศึกษาช่องว่างเชิงดิจิทัลของหน่วยงานในพื้นที่อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน ด้านนโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล พบว่า นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐไม่ยังเอื้ออำนวยต่อการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในหน่วยงาน เนื่องจากยังมีการเก็บภาษีต่าง ๆ จากการดำเนินการที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และราคาของเครื่องมือและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีดิจิทัลยังมีราคาสูง นอกจากนี้ ยังจะเห็นได้ว่าเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นบางอย่างมักจะไม่มีวางจำหน่ายในพื้นที่ ปัญหาเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นว่าภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญกับนโยบายต่าง ๆ ที่เป็นการเกื้อหนุนและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในพื้นที่ห่างไกลให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเฉพาะแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ระยะที่ 2 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของเทคโนโลยีดิจิทัลในพื้นที่ชุมชนเมืองและชุมชนในพื้นที่ห่างไกล อย่างไรก็ตาม จากข้อเสนอแนะของภาคเอกชน พบว่า ภาครัฐควรใช้บังคับนโยบายเพื่อส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างทั่วถึงและครอบคลุม โดยเฉพาะนโยบายการลดหย่อนภาษีจากกิจกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล เนื่องจากในปัจจุบันภาคเอกชนมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการขายและบริการมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒนกุล อ่อนสำลี (2563, หน้า 179) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนกับการตลาดยุคใหม่และสังคมดิจิทัล และพบว่ากลุ่มวิสาหกิจเหล่านี้

จำเป็นต้องปรับตัวโดยมีการนำแนวคิดการตลาดยุคใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารักษ์ จูตระกูล (2563, หน้า 234) ที่ได้ทำการศึกษานวัตกรรมสินค้าภูมิปัญญาไทยเชิงสร้างสรรค์กับการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล และพบว่าชุมชนท้องถิ่นสามารถนำภูมิปัญญา ประเพณี ศิลปะ และ วัฒนธรรม มาประยุกต์ใช้กับการตลาดยุคใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการในชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 เจ้าหน้าที่ส่วนกลางควรให้ความสำคัญกับการดำเนินนโยบายที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนา และปรับปรุงการทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ห่างไกล โดยอาจแยกนโยบายออกเป็น 2 ส่วน สำหรับใช้ บังคับกับหน่วยงานที่อยู่ในตัวเมือง และใช้บังคับกับหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล

1.2 หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ ความ เข้าใจในเทคโนโลยีดิจิทัล เพราะผู้ที่ทำงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้เฉพาะทาง และมีความรู้ในเชิงลึกที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการ รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

1.3 ผู้บริหารของหน่วยงานจำเป็นต้องให้การอบรมบุคลากรต่าง ๆ ในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อ เป็นประโยชน์ต่อการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.4 ด้านการกำหนดนโยบายของภาครัฐ ควรมีรูปแบบที่ไม่ซับซ้อน มีความโปร่งใส ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ ทั้งนี้ ควรให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายเพื่อให้เกิดความ สอดคล้อง และหน่วยงานสามารถนำนโยบายไปปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพได้

1.5 ควรจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาทำหน้าที่ประเมินผลของนโยบายและมีการแก้ไขปรับปรุง นโยบายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้นโยบายภาครัฐมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะหากหน่วยงานสามารถปฏิบัติได้ตามแผนยุทธศาสตร์

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การปรับใช้นโยบายขึ้นอยู่กับผลกีดกันของหน่วยงานในพื้นที่ นั้น ๆ ซึ่งหากมีการผลกีดกันและจริงจังจะทำให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายเมื่อยึดตามแผนแม่บทการส่งเสริม เศรษฐกิจดิจิทัลทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

2.1 โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 จะช่วยให้หน่วยงานเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ที่มีประสิทธิภาพและมีเสถียรภาพจากการให้บริการและการทำธุรกิจของทุกฝ่าย

2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 จะช่วยผลักดันให้หน่วยงานทั้งภาครัฐเอกชนมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจรายวัน และกว้างขวางขึ้นจากการค้าขายกับต่างจังหวัดหรือเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์ม e-commerce ซึ่งจะทำให้เป็นที่รู้จักและเกิดมูลค่าเพิ่ม โดยหน่วยงานที่มีคุณภาพและพร้อมที่จะปรับตัวจะ ได้รับการผลักดันและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้มากยิ่งขึ้น

2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 จะช่วยในเรื่องของการโอนถ่ายเทคโนโลยีจากตัวเมืองสู่เขตชุมชน จาก การศึกษาได้กล่าวไว้ในเรื่องของค่าใช้จ่ายด้านค่าบำรุงรักษาหรือการจัดหาอุปกรณ์ใหม่ในเขตชุมชนต้องแบกรับ ค่าใช้จ่ายมากกว่าในเขตเมืองจากค่าเดินทางหรือค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น หากมีหน่วยงานได้รับการสนับสนุน ค่าใช้จ่ายในการจัดสรรอุปกรณ์จะช่วยลดช่องว่างในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลระหว่างตัวเมืองและเขตชุมชน

2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 เป็นการต่อยอดหรือเพิ่มประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรม ดิจิทัล ซึ่งการผลักดันจากภาครัฐจะช่วยให้หน่วยงานโดยเฉพาะภาครัฐมีประสิทธิภาพในการให้บริการ

ประชาชนจากการเปิดรับตำแหน่งงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเกิดความสะดวกรวดเร็ว และได้ผลลัพธ์ที่น่าพอใจสำหรับประชาชน ส่วนภาคเอกชนจะได้รับผลประโยชน์จากหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการใช้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐ

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบผลของแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงช่องว่างเชิงดิจิทัลของชุมชนในพื้นที่ห่างไกลในจังหวัดอื่น ๆ

3.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับสภาพการใช้บังคับนโยบายของแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลเปรียบเทียบระหว่างชุมชนเมืองและชุมชนในพื้นที่ห่างไกลภายในจังหวัดเดียวกัน

3.3 ควรศึกษาสภาพการบริหารงานของบุคลากรด้านดิจิทัลที่สอดคล้องกับแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล และนโยบายภาครัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). *แผนปฏิบัติการด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565) ภายใต้นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561-2580)*.

กิริพัฒน์ เขียนทองกุล, วรัญญู เสนาสู, และ จักรกฤษ กมทมาศ. (2564). นโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย: บทวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสถาบันระหว่างหน่วยงานของรัฐ. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 34(1), 192–205.

ชาติชาย มุกสง และ นพพร มลารักษ์. (ม.ป.ป.). *ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide)*. ฐานข้อมูลการเมืองการปกครอง สถาบันพระปกเกล้า. [http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=ช่องว่างทางดิจิทัล_\(Digital_Divide\)](http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=ช่องว่างทางดิจิทัล_(Digital_Divide))

ฐิติมา ปานศรี. (2562). *ความเหลื่อมล้ำทางด้านชีวิตดิจิทัลในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. RSUIR at Rangsit University. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/296>

นคร เสรีรักษ์, กิตติพงศ์ กมลธรรมวงศ์, ระดาภัทร จงธรรมคุณ, วรณภักดิ์ จตุภัทร์วงศา, นิชาพันธ์ นันทศิริศรี, และ อรรถพล เมืองมิ่ง. (2562). การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลท้องถิ่น: ปัญหาและข้อเสนอเพื่อการปรับปรุง. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 12(2), 171–196.

นุรฮุดา มะสาแม, มะรอนิง อุซ็ิง, อับดุลฟาต๊ะห์ มะสาแม, อิบตีซิม หะมะ, และ อนุวัตร วอลี. (2567). การประเมินทักษะและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการข้อมูลชุมชน: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลเขาตวม. *Journal of Information Science Research and Practice*, 42(2), 99–115.

พัฒนกุลม อ่อนสำลี. (2563). วิสาหกิจชุมชนกับการตลาดยุคใหม่และสังคมดิจิทัล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 14(2), 179–201.

วัลย์ลักษณ์ อมรสิริพงศ์. (2562). การวิเคราะห์สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล: ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการบริหารจัดการของห้องสมุดประชาชน. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 6(2), 97–113.



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2553). *กทช. กับการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Digital Divide) (กรณีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง) (รายงานการวิเคราะห์สภาพตลาดโทรคมนาคม ฉบับที่ 39)*.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580*.

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2566). *แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566–2570*.

สุภารักษ์ จุตระกูล. (2563). นวัตกรรมสินค้าภูมิปัญญาไทยเชิงสร้างสรรค์กับการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(1), 234–246.

สมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด

FUNCTIONAL COMPETENCY FOR PRODUCTION PERSONNEL OF ABC COMPANY

ธนากร พงษากกลาง^{1*} และชุตินเตร บัวเฟื่อน²

Tanakorn Pongsaklang^{1*} and Chutinate Buaphuan²

^{1,2} คณะการจัดการธุรกิจบริการ โรงแรม และการบิน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2} Faculty of Hospitality and Aviation Management, Panyapiwat Institute of Management

*Corresponding Author, E-mail: 6375100151@stu.pim.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด 2) ประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด และ 3) เสนอแนะสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบแยกลำดับเชิงสำรวจ แบ่งขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงาน โดยการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลหลักระดับบริหารและหัวหน้างานแบบเจาะจง จำนวน 6 คน และระยะที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงาน กลุ่มตัวอย่าง คือบุคลากรฝ่ายผลิตที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท ABC จำกัด จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการสนทนากลุ่มและแบบประเมินสมรรถนะ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา มีค่าระหว่าง 0.60 - 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.976

ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) การเตรียมวัตถุดิบและการต้มผสม 2) การบรรจุผลิตภัณฑ์ 3) การจัดการกล่องบรรจุภัณฑ์ 4) การแพ็คสินค้า 5) การใช้เครื่องจักร และ 6) การตระหนักในความปลอดภัย ผลการประเมินสมรรถนะ พบว่า บุคลากรระดับหัวหน้างานผ่านเกณฑ์ความคาดหวังในทุกสมรรถนะ ในขณะที่บุคลากรระดับพนักงานมีช่องว่างสมรรถนะที่ควรได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วนใน 2 ด้าน คือ ด้านการเตรียมวัตถุดิบและการต้มผสม และด้านการใช้เครื่องจักร ซึ่งองค์กรควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนพัฒนาบุคลากรโดยใช้ศักยภาพของหัวหน้างานในการเป็นพี่เลี้ยงเพื่อลดช่องว่าง

คำสำคัญ: สมรรถนะตามตำแหน่งงาน การประเมินสมรรถนะ เครื่องมือประเมินสมรรถนะ

Abstract

This research aimed to 1) study the functional competencies of production personnel at ABC Company Limited, and 2) assess the functional competencies of production personnel at ABC Company Limited. The study employed an Exploratory Sequential Design, divided into two phases. Phase 1 involved qualitative research to study functional competencies through focus group discussions with 6 purposively selected key informants, consisting of executives and supervisors.

Phase 2 involved quantitative research to assess these functional competencies. The sample group consisted of 30 production personnel working at ABC Company Limited. The research instruments included a focus group recording form and a competency assessment form, which were verified for content validity with Item-Objective Congruence (IOC) indices ranging from 0.60 to 1.00, and a reliability coefficient of 0.976.

The research results revealed that the functional competencies of production personnel consisted of six areas: 1) preparation of raw materials and mixing 2) product packaging 3) packaging box management 4) product packing 5) machine operation and 6) safety awareness. The competency assessment results indicated that supervisor-level personnel met the expected behavioral standards across all competency areas. In contrast, employee-level personnel demonstrated competency gaps requiring urgent development in two areas: preparation of raw materials and mixing, and machine operation. The organization should utilize these findings for personnel development planning by leveraging the potential of supervisors as mentors to bridge these gaps.

Keywords: Key Words Functional Competency, Competency Assessment, Competency Assessment Tool

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องต้มเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โดยตลาดเครื่องต้มไม่มีแอลกอฮอล์มีมูลค่ารวมประมาณ 250,000 ล้านบาทต่อปี (วรรณฯ ยงพิศาลภพ, 2565) ในช่วงที่ผ่านมาพฤติกรรมผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนโดยเฉพาะการหันมาให้ความสำคัญกับ เครื่องต้มเพื่อสุขภาพมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการลดปริมาณน้ำตาลในเครื่องต้มและการใช้สารให้ความหวานทดแทน ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้ตลาดอาหารและเครื่องต้มเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2566) ประเมินว่ามูลค่าตลาดในปี พ.ศ. 2567 สูงกว่า 34,000 ล้านบาท จากแนวโน้มดังกล่าว ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องต้มจึงต้องปรับตัวทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การยกระดับคุณภาพการผลิต และการพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัท ABC จำกัด เป็นผู้ประกอบการรับจ้างผลิตเครื่องต้มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Original Equipment Manufacturer: OEM) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2557 ตั้งอยู่ในอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเครื่องต้มเพื่อสุขภาพประเภทรังนก โดยได้รับมาตรฐาน GHP (Good Hygiene Practices) และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) ซึ่งเป็นมาตรฐานการผลิตที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องต้ม ในฐานะผู้รับจ้างผลิต บริษัทมีความท้าทายที่แตกต่างจากผู้ผลิตแบรนด์ของตนเอง กล่าวคือ ต้องสามารถผลิตสินค้าหลากหลายสูตรตามข้อกำหนดของลูกค้า ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตอย่างรวดเร็ว และต้องรักษาคุณภาพให้สม่ำเสมอแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงสูตรบ่อยครั้ง ปัจจัยเหล่านี้ทำให้บุคลากรฝ่ายผลิตจำเป็นต้องมีสมรรถนะที่หลากหลายและยืดหยุ่นมากกว่าบุคลากรในโรงงานที่ผลิตสินค้าเดียว

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันพบว่า บริษัท ABC จำกัด ยังขาดระบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐาน ประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตไม่สม่ำเสมอ และไม่สามารถวัดผลการปฏิบัติงานของบุคลากรได้อย่างชัดเจน ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาระบบสมรรถนะที่เหมาะสมกับบริบทขององค์กร เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสรรหา พัฒนา และประเมินบุคลากรอย่างเป็นระบบ ดังนั้น การกำหนดสมรรถนะตามตำแหน่งงานที่ชัดเจนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

แนวความคิดการจัดทำสมรรถนะตามตำแหน่งงาน (Functional Competency) จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรในการยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร โดยการกำหนดสมรรถนะให้สอดคล้องกับบริบทการปฏิบัติงานจริง ช่วยให้องค์กรสามารถประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานได้อย่างเป็นระบบและมีความเที่ยงตรง ตลอดจนเป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ และพฤติกรรมการทำงานที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพกระบวนการผลิตและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว และยังพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับสมรรถนะตามตำแหน่งงานในบริบทของอุตสาหกรรมเครื่องตัด โดยเฉพาะในโรงงานรับจ้างผลิต ยังมีจำนวนจำกัด ส่งผลให้ยังขาดองค์ความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะสมรรถนะที่จำเป็นของบุคลากรฝ่ายผลิตในธุรกิจประเภทนี้ ซึ่งเป็นช่องว่างทางวิชาการที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด
2. เพื่อประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด
3. เพื่อเสนอแนะสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมและทบทวนเอกสาร รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นฐานความรู้สำหรับการดำเนินการวิจัย โดยได้กำหนดขอบเขตและประเด็นการศึกษาค้นคว้าไว้ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ

1.1 ความหมายของสมรรถนะ

แนวคิดเรื่องสมรรถนะเริ่มต้นจาก McClelland (1973) ที่เสนอบทความเรื่อง "Testing for Competence Rather than Intelligence" โดยชี้ให้เห็นว่าสมรรถนะเป็นคุณลักษณะภายในที่ผลักดันให้เกิดผลงานเหนือมาตรฐาน

Spencer และ Spencer (1993) ได้ขยายแนวคิดดังกล่าวโดยกำหนดว่า สมรรถนะ คือ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับเกณฑ์ประสิทธิผลของงาน

Boam และ Sparrow (1992) อธิบายว่า สมรรถนะเป็นชุดลักษณะเชิงพฤติกรรมที่บุคคลต้องมีเพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ

กฤติญา สมรอบรู้ (2562) กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะของแต่ละบุคคล รวมถึงพฤติกรรม บุคลิกภาพ ค่านิยม ทัศนคติ แรงจูงใจ ซึ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

บัญญัติ ฉัตรครบุรี (2563) ให้ความหมายว่า สมรรถนะ คือ คุณลักษณะของบุคคลที่ประกอบด้วยความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และอุปนิสัย (Traits) ที่ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างยอดเยี่ยมแตกต่างจากผลงานโดยทั่วไป

สรุปได้ว่า สมรรถนะ คือ พฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคล โดยมาจากทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

1.2 องค์ประกอบของสมรรถนะ

Spencer และ Spencer (1993) ได้แบ่งองค์ประกอบของสมรรถนะไว้ 5 ประการ ตามแบบจำลองภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Model) ได้แก่ 1) แรงจูงใจ (Motive) คือ สิ่งที่บุคคลคิดคำนึงหรือต้องการซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนพฤติกรรม 2) คุณลักษณะเฉพาะ (Traits) คือ ลักษณะทางกายภาพและลักษณะนิสัยของบุคคลที่ต้องแสดงออกอย่างสม่ำเสมอ 3) อัตมโนทัศน์ (Self-Concept) คือ ทักษะคติ ค่านิยม หรือจินตนาการเกี่ยวกับตนเอง 4) ความรู้ (Knowledge) คือ ข้อมูลหรือองค์ความรู้เฉพาะเจาะจงที่บุคคลมี และ 5) ทักษะ (Skill) คือ ความสามารถในการทำงานที่ใช้ความสามารถทางร่างกายหรือกระบวนการทางความคิด โดยส่วนที่มองเห็นได้ชัดเจน (ส่วนเหนือน้ำ) ประกอบด้วยความรู้และทักษะ ซึ่งสามารถพัฒนาได้ง่าย ส่วนที่ซ่อนเร้น (ส่วนใต้น้ำ) ประกอบด้วยอัตมโนทัศน์ อุปนิสัย และแรงจูงใจ ซึ่งเปลี่ยนแปลงได้ยาก

สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ (2560) แบ่งสมรรถนะเป็น 2 ส่วน คือ สมรรถนะที่ "Hard" ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ และความสามารถ (KSA) ซึ่งเป็นส่วนยอดของภูเขาน้ำแข็งที่เอื้อต่อการสังเกตและพัฒนา และสมรรถนะที่ "Soft" ประกอบด้วย ลักษณะนิสัย แรงจูงใจ ค่านิยม ซึ่งเปลี่ยนแปลงยาก

1.3 ประเภทของสมรรถนะ

เลิศชัย สุธรรมานนท์ (2558) แบ่งสมรรถนะออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) สมรรถนะหลัก (Core Competency) กำหนดจากค่านิยม วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ขององค์กร 2) สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ (Managerial Competency) กำหนดจากความรู้ ความสามารถ ทักษะด้านการบริหารจัดการ และ 3) สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ (Functional Competency) พิจารณาจากความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่เฉพาะ

ธีชพงศ์ เศรษฐบุตร (2562, น. 79–80) จำแนกสมรรถนะออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) สมรรถนะหลัก (Core Competency) คือ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่พนักงานทุกคนควรมี เพื่อสนับสนุนให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ โดยกำหนดจากวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กร 2) สมรรถนะด้านการบริหาร (Managerial Competency) คือความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะด้านการบริหารจัดการสำหรับผู้บริหารทุกระดับ ซึ่งโดยมากใช้ชุดสมรรถนะเดียวกันแต่แตกต่างกันตามระดับพฤติกรรมที่คาดหวังตามภาระงาน และ 3) สมรรถนะตามสายงาน/ตำแหน่งงาน (Functional Competency) คือ ความรู้ ทักษะ และคุณสมบัติเฉพาะของงานในแต่ละหน่วยงาน/ตำแหน่ง อาจเรียกเป็นสมรรถนะตามกลุ่มงาน (Job Competency) หรือสมรรถนะทางเทคนิค (Technical Competency) ที่สะท้อนความสามารถตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย

1.4 ขีดความสามารถของสมรรถนะ

Dreyfus (2004) ได้เสนอแบบจำลองพัฒนาการด้านทักษะ 5 ระดับ ประกอบด้วย ระดับที่ 1 ระดับเริ่มต้น (Novice) คือ ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์และต้องการคำแนะนำอย่างใกล้ชิด ระดับที่ 2 ระดับก้าวหน้า (Advance Beginner) คือ ผู้ที่สามารถปฏิบัติงานได้ในเบื้องต้น ระดับที่ 3 ระดับผู้มีความสามารถ

(Competent) คือ ผู้ที่มีประสบการณ์และตระหนักรู้เป้าหมายในระยะยาว ระดับที่ 4 ระดับผู้ชำนาญการ (Proficient) คือ ผู้ที่สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภาพรวมและวางแผนรองรับปัญหาได้ และ ระดับที่ 5 ระดับผู้เชี่ยวชาญ (Expert) คือ ผู้ที่ทำความเข้าใจสถานการณ์ได้อย่างลึกซึ้งและใช้ประสบการณ์ในการคาดการณ์ผลลัพธ์ได้โดยไม่ต้องยึดติดกับหลักเกณฑ์ตายตัว

สมใจ ธรรมสุนทร (2557) ได้นำแนวคิดด้านระดับความชำนาญมาประยุกต์สู่บริบทการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยแบ่งขีดความสามารถของสมรรถนะออกเป็น 5 ระดับ ระดับที่ 1 ขั้นพื้นฐาน (Novice) ระดับที่ 2 ขั้นปฏิบัติงาน (Adequate) ระดับที่ 3 ขั้นประยุกต์ (Develop) ระดับที่ 4 ขั้นก้าวหน้า (Advance) และ ระดับที่ 5 ขั้นเชี่ยวชาญ (Expert)

ศโรชา ชัยปาณี (2563) ยังเสนอการแบ่งระดับความเข้มข้นของพฤติกรรมที่คาดหวังออกเป็น 4 ระดับ คือ ระดับ 1 ขั้นเรียนรู้ ระดับ 2 ขั้นปฏิบัติ ระดับ 3 ขั้นชำนาญการ และระดับ 4 ขั้นกระตุ้นจูงใจ ซึ่งมุ่งเน้นการแสดงผลเชิงสนับสนุนและเป็นตัวอย่างแก่ผู้อื่น ในการวิจัยนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบเครื่องมือวัดระดับสมรรถนะของบุคลากร

1.5 กระบวนการวิเคราะห์สมรรถนะ

Spencer และ Spencer (1993) อธิบายกระบวนการวิเคราะห์หาสมรรถนะไว้ 3 วิธี ได้แก่ 1) แบบใช้เกณฑ์ตัวอย่าง (The Classic Study Design Using Criterion Samples) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดเกณฑ์ความมีประสิทธิภาพของผลงาน การระบุกลุ่มเกณฑ์ตัวอย่าง การรวบรวมข้อมูลด้วยวิธี BEI คณะผู้เชี่ยวชาญ แบบสำรวจ การวิเคราะห์งาน และการสังเกต จนถึงการตรวจสอบความถูกต้องและการประยุกต์ใช้ 2) วิเคราะห์สมรรถนะแบบย่อโดยใช้คณะผู้เชี่ยวชาญ (A Short Competency Model Process Based on Expert Panels) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน และ 3) วิธีการศึกษาแบบเฉพาะราย (Studying Future Jobs or Single-Incumbent Jobs)

1.6 การประเมินสมรรถนะ

Armstrong และ Murlis (1994, อ้างถึงใน คมกฤษ จงบุญวัฒนา, 2559) กล่าวว่า การประเมินสมรรถนะเริ่มจากการระบุทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน แล้วจึงประเมินบุคลากรว่ามีทักษะเหล่านั้นอยู่ในระดับใด โดยใช้เครื่องมือประเมินแบบมาตรฐาน การสัมภาษณ์ หรือการประเมินแบบ 360 องศา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (2564) ให้ความหมายว่า การประเมินสมรรถนะ คือ กระบวนการเปรียบเทียบความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่บุคลากรมีอยู่กับระดับที่องค์กรคาดหวัง โดยต้องเป็นกระบวนการที่มีระบบ วัดผลได้ มีความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้

ริฎฎาภัทร์ สวยรูป (2565) สรุปว่า วิธีที่นำมาใช้ในการประเมินมีหลากหลาย เช่น การประเมิน 360 องศา การทดสอบ การสังเกตพฤติกรรม และศูนย์ประเมิน ซึ่งแต่ละวิธีมีจุดเด่นและข้อจำกัดที่ต่างกันไปตามบริบทขององค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง สมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด ใช้รูปแบบการวิจัยแบบแยกลำดับเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) โดยผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนสมรรถนะตามตำแหน่งงานจากการปฏิบัติงานจริงอย่างครอบคลุม การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ

1. ศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด

1.1 การสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบบันทึกการสนทนากลุ่มเพื่อใช้ในการศึกษาและกำหนดสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด โดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลด้านวิสัยทัศน์และนโยบายของบริษัท เพื่อนำมากำหนดจุดประสงค์และประเด็นคำถามสำหรับการสนทนากลุ่มอย่างเป็นระบบ กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยคัดเลือกแบบมีจุดประสงค์จากบุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์กรไม่น้อยกว่า 5 ปี และดำรงตำแหน่งตั้งแต่หัวหน้างานขึ้นไป ประกอบด้วย ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และหัวหน้างานผลิต รวมจำนวนทั้งสิ้น 6 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษาลักษณะงานและคำบรรยายลักษณะงานของบุคลากรฝ่ายผลิต โดยกำหนดประเด็นคำถามแบบปลายเปิด ครอบคลุมองค์ประกอบด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคล จากนั้นนำเครื่องมือเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการจัดการสนทนากลุ่ม พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย และบันทึกข้อมูลด้วยการบันทึกเสียงและการจดบันทึก หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาถอดเสียงและวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยจัดกลุ่มความคิดเห็นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อนำมาสังเคราะห์และสรุปเป็นสมรรถนะตามตำแหน่งงานที่องค์กรต้องการสำหรับบุคลากรฝ่ายผลิตอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับบริบทการปฏิบัติงานจริง

2. ประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC

2.1 การสร้างแบบประเมิน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต โดยเริ่มจากการเขียนคำจำกัดความของแต่ละสมรรถนะจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาของความคิดเห็นและลักษณะพฤติกรรมที่ได้จากการสนทนากลุ่ม เพื่อให้สมรรถนะสะท้อนการปฏิบัติงานจริงขององค์กรอย่างชัดเจน จากนั้นจึงกำหนดพฤติกรรมความสามารถตามระดับความชำนาญ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับเรียนรู้ ระดับปฏิบัติ ระดับก้าวหน้า และระดับมืออาชีพ โดยการเขียนรายละเอียดพฤติกรรมในแต่ละระดับอาศัยข้อมูลจากการสนทนากลุ่มและจัดให้สอดคล้องกับค่านิยมของแต่ละระดับอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินสมรรถนะโดยใช้ระดับการแสดงผลพฤติกรรม 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับน้อยที่สุดถึงระดับมากที่สุด เพื่อสะท้อนความถี่และความสม่ำเสมอของการแสดงผลพฤติกรรมตามสมรรถนะ ต่อมาได้นำสมรรถนะ นิยาม และพฤติกรรมที่คาดหวังในแต่ละระดับมาจัดทำเป็นแบบประเมินแยกตามตำแหน่งงาน พร้อมกำหนดความคาดหวังสมรรถนะตามระดับตำแหน่ง โดยกำหนดให้พนักงานมีสมรรถนะอย่างน้อยในระดับปฏิบัติ และหัวหน้างานมีสมรรถนะอย่างน้อยในระดับก้าวหน้า ทั้งนี้ แบบประเมินที่จัดทำขึ้นได้นำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของภาษาและเนื้อหา ก่อนนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิตที่มีความถูกต้องและเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการวิจัย

2.2 การตรวจสอบคุณภาพแบบประเมิน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด อย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการนำแบบประเมินเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งประกอบด้วย นักวิชาการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหาร และผู้จัดการที่เกี่ยวข้อง เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ผลการตรวจสอบ พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยข้อความที่มีค่า IOC ต่ำกว่าเกณฑ์ได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบประเมินที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.976 แสดงว่าแบบประเมินมีความน่าเชื่อถือเพียงพอสำหรับการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ภายหลังจากการตรวจสอบคุณภาพในทุกขั้นตอน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขแบบประเมินอีกครั้งจนมีความสมบูรณ์ และจัดทำเป็นแบบประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต

2.3 การประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด โดยเริ่มจากการจัดประชุมเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และวิธีการประเมินให้แก่ผู้ประเมิน ซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาระดับถัดไปของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการใช้เครื่องมือประเมิน จากนั้นได้จัดส่งแบบประเมินสมรรถนะให้ผู้ประเมินดำเนินการประเมินบุคลากรฝ่ายผลิต โดยใช้ระยะเวลาประมาณหนึ่งสัปดาห์ เมื่อครบกำหนด ผู้วิจัยได้ติดตามรวบรวมแบบประเมินทั้งหมดเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปและวิเคราะห์ผลการประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานอย่างเป็นระบบ

2.4 วิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ Mean (ค่าเฉลี่ย) Standard Deviation (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และ Gap Score (ค่าช่องว่างระหว่างค่าคาดหวังและค่าที่รับรู้/ปฏิบัติจริง)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต

จากการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 6 คน พบว่า องค์กรมีเป้าหมายมุ่งเน้นการปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐในเรื่องการลดน้ำตาลและการใช้สารทดแทนความหวาน การลดอัตราความสูญเสียในกระบวนการผลิตให้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และการขยายช่องทางจำหน่ายโดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ จากเป้าหมายดังกล่าว ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มและวิเคราะห์ความสอดคล้องกับกระบวนการทำงานจริง ทำให้ได้สมรรถนะตามตำแหน่งงาน จำนวน 6 สมรรถนะ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: สมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด

ลำดับ	สมรรถนะ	ขอบเขตสมรรถนะ
1	การเตรียมวัตถุดิบและการต้มผสม	ความสามารถในการชั่งตวงส่วนผสมตามสูตรการผลิต ควบคุมอุณหภูมิและเวลาในการต้มผสม เทคนิคการละลายส่วนผสม และการเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพผลิตภัณฑ์
2	การบรรจุผลิตภัณฑ์	ความสามารถในการควบคุมอุณหภูมิขณะบรรจุ รักษาความสะอาดปลอดภัย ควบคุมปริมาณบรรจุตามมาตรฐาน และตรวจสอบสิ่งเจือปน
3	การจัดการกล่องบรรจุภัณฑ์	ความสามารถในการแยกแยะบรรจุภัณฑ์ ขึ้นรูปกล่องถูกต้อง 100% ตรวจสอบคุณภาพกล่อง และระบุปัญหาหรือความเสียหาย
4	การแพ็คสินค้า	ความสามารถในการตรวจสอบคุณภาพก่อนแพ็ค ตัดฉลากถูกต้อง ตรวจสอบรหัสการผลิต (Coding) และจัดวางสินค้าบนพาเลทอย่างปลอดภัย

ลำดับ	สมรรถนะ	ขอบเขตสมรรถนะ
5	การใช้เครื่องจักร	ความสามารถในการใช้เครื่องจักรตามขั้นตอนที่กำหนดตรวจสอบความพร้อมก่อนใช้งาน บำรุงรักษาเบื้องต้น ระบุปัญหาและรายงานผู้เกี่ยวข้อง
6	การตระหนักในความปลอดภัย	ความสามารถในการปฏิบัติตามกฎความปลอดภัย สวมใส่อุปกรณ์ PPE ตระหนักจุดเสี่ยง มีวินัย ตรงต่อเวลา และสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

สมรรถนะทั้ง 6 ด้านข้างต้น แบ่งระดับพฤติกรรมบ่งชี้ออกเป็น 4 ระดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ระดับพฤติกรรมบ่งชี้ของสมรรถนะตามตำแหน่งงาน

ระดับสมรรถนะ	คำอธิบายพฤติกรรมบ่งชี้
ระดับ 1 เรียนรู้	มีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ สามารถปฏิบัติงานขั้นพื้นฐานได้ แต่ยังคงต้องได้รับคำแนะนำเพิ่มเติมหรือการฝึกฝนต่อเนื่อง
ระดับ 2 ปฏิบัติ	มีความชำนาญในงานของตนเองในระดับที่สามารถทำงานได้อย่างมั่นใจและตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมในสถานการณ์ทั่วไป มีทักษะในการแก้ปัญหาและการปรับตัวเมื่องานมีการเปลี่ยนแปลง
ระดับ 3 ก้าวหน้า	มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย สามารถทำงานที่ซับซ้อนได้อย่างมั่นใจและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัญหาเบื้องต้นในกระบวนการทำงานได้ รวมถึงมีบทบาทในการช่วยเหลือผู้อื่น
ระดับ 4 มืออาชีพ	สามารถคิด วิเคราะห์ และริเริ่มการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีความสามารถในการสอน ถ่ายทอดความรู้ และพัฒนาความเชี่ยวชาญของทีมงาน พร้อมทั้งบริหารจัดการงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 2 ระดับพฤติกรรมบ่งชี้ทั้ง 4 ระดับ มีลักษณะเป็นพัฒนาการจากระดับพื้นฐานที่เน้นวินัยและการปฏิบัติตามคำสั่ง ไปสู่ระดับสูงสุดที่เน้นการถ่ายทอดความรู้และการปรับปรุงกระบวนการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแบบจำลองระดับการเรียนรู้ทักษะของ Dreyfus (2004) โดยองค์กรได้กำหนดความคาดหวังให้ระดับพนักงานต้องมีสมรรถนะอย่างน้อยในระดับที่ 2 ระดับปฏิบัติ และระดับหัวหน้างานต้องมีสมรรถนะอย่างน้อยในระดับที่ 3 ระดับก้าวหน้า เพื่อให้สามารถทำหน้าที่เป็นผู้นำทางเทคนิคและผู้สอนงานได้

ตอนที่ 2 ผลการประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต

การประเมินสมรรถนะดำเนินการกับบุคลากรฝ่ายผลิต จำนวน 30 คน แบ่งเป็นหัวหน้างาน จำนวน 3 คน และพนักงาน จำนวน 27 คน โดยเปรียบเทียบร้อยละของบุคลากรที่มีผลคะแนนเฉลี่ยผ่านระดับพฤติกรรมที่คาดหวัง ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ร้อยละของบุคลากรที่มีผลคะแนนเฉลี่ยผ่านระดับพฤติกรรมที่คาดหวัง

ลำดับ	สมรรถนะ	บุคลากรระดับพนักงาน (%)	บุคลากรระดับหัวหน้างาน (%)
1	การเตรียมวัตถุดิบและการต้มผสม	62.68	100.00
2	การบรรจุผลิตภัณฑ์	88.89	100.00
3	การจัดการกล่องบรรจุภัณฑ์	93.17	100.00
4	การแพ็คสินค้า	92.59	100.00
5	การใช้เครื่องจักร	67.49	100.00
6	การตระหนักในความปลอดภัย	95.86	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า บุคลากรระดับหัวหน้างานผ่านเกณฑ์ความคาดหวังคิดเป็นร้อยละ 100 ในทุกสมรรถนะ สะท้อนถึงความพร้อมและศักยภาพในการเป็นต้นแบบและผู้สอนงาน ในขณะที่บุคลากรระดับพนักงานมีผลการประเมินที่ลดหลั่นกันไปในแต่ละด้าน โดยสมรรถนะที่มีร้อยละของผู้ผ่านเกณฑ์สูงสุด คือ การตระหนักในความปลอดภัย ร้อยละ 95.86 รองลงมา คือ การจัดการกล่องบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 93.17 การแพ็คสินค้า ร้อยละ 92.59 และการบรรจุผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 88.89 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเชิงลึก พบว่า กลุ่มพนักงานมีจุดแข็งในด้านที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบและขั้นตอนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน โดยด้านการตระหนักในความปลอดภัย พนักงานร้อยละ 96.30 ผ่านเกณฑ์ในเรื่องการปฏิบัติตามคำสั่งความปลอดภัย การสวมใส่อุปกรณ์ PPE และการรักษาคุณภาพงานควบคู่ความปลอดภัย ด้านการจัดการกล่องบรรจุภัณฑ์และการแพ็คสินค้า พนักงานร้อยละ 96.30 มีความสามารถในการขึ้นรูปกล่องและตรวจสอบความสะอาดของสินค้าได้ถูกต้อง สะท้อนว่าพนักงานมีความพร้อมสำหรับงานที่เน้นความถูกต้องแม่นยำและการปฏิบัติตามคำสั่ง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของโรงงานรับจ้างผลิตที่ต้องรักษามาตรฐานสินค้าให้คงที่

พบว่ามี 2 สมรรถนะที่มีร้อยละของผู้ผ่านเกณฑ์ต่ำและถือเป็นวาระเร่งด่วน ได้แก่ สมรรถนะด้านการเตรียมวัตถุดิบและการต้มผสม ซึ่งมีร้อยละของผู้ผ่านเกณฑ์เพียง 62.68 โดยพบว่าทักษะการใช้อุปกรณ์วัดค่าต่างๆ เช่น ค่าความหวาน ค่า pH มีผู้ผ่านเกณฑ์เพียงร้อยละ 55.56 และความรู้เรื่องอุปกรณ์พื้นฐานมีผู้ผ่านเกณฑ์เพียงร้อยละ 59.26 สะท้อนว่า พนักงานยังขาดความแม่นยำในการใช้เครื่องมือวัดทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากไม่มีหัวหน้างานคอยกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด สมรรถนะด้านการใช้เครื่องจักร เป็นสมรรถนะที่มีปัญหามากที่สุด มีร้อยละของผู้ผ่านเกณฑ์ 67.49 โดยเฉพาะหัวข้อการบำรุงรักษาเครื่องจักรเบื้องต้น เช่น การทำความสะอาด การหล่อลื่น และการตรวจเช็คชิ้นส่วน มีพนักงานผ่านเกณฑ์เพียงร้อยละ 25.93 ตัวเลขที่ต่ำนี้สะท้อนว่า พนักงานมีความเข้าใจเพียงแค่การเดินเครื่อง แต่ขาดความรู้ความเข้าใจในการดูแลรักษา ซึ่งมีความเสี่ยงสูงที่จะทำให้เครื่องจักรเสื่อมสภาพเร็วกว่ากำหนด และเกิดการหยุดชะงักของสายการผลิต

สำหรับกลุ่มหัวหน้างาน ผลการประเมินแสดงให้เห็นว่า หัวหน้างานทุกคนร้อยละ 100 ผ่านเกณฑ์ความคาดหวังครบทั้ง 6 สมรรถนะ ตั้งแต่ทักษะพื้นฐานไปจนถึงทักษะขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์ปัญหา การสอนงาน และการปรับปรุงกระบวนการ ในขณะที่พนักงานระดับปฏิบัติการประสบปัญหาขาดทักษะการบำรุงรักษาและการใช้อุปกรณ์วัดค่า หัวหน้างานกลับแสดงสมรรถนะในระดับก้าวหน้าได้อย่างสมบูรณ์ หมายความว่าหัวหน้างานมีศักยภาพเพียงพอที่จะทำหน้าที่เป็นผู้สอนงานและผู้แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อปิดช่องว่างความสามารถของพนักงานได้ทันที

อภิปรายผล

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด

จากผลการศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด มีประเด็นสำคัญที่ควรอภิปรายดังนี้

- 1) การเตรียมวัตถุดิบและการต้มผสม เป็นสมรรถนะทางเทคนิคที่มีความสำคัญสูงสุดในกระบวนการเริ่มต้นการผลิต เนื่องจากบริษัท ABC จำกัด เป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) ที่ต้องปรับเปลี่ยนสูตรการผลิตตามความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีการใช้วัตถุดิบเฉพาะทาง และสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาล พนักงานจึงจำเป็นต้องมีความรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับคุณสมบัติของวัตถุดิบ

และปฏิกริยาทางกายภาพในระหว่างการต้มผสม หากขาดสมรรถนะนี้อาจส่งผลให้เกิดความผิดพลาดในรสชาติ สี หรือความคงตัวของผลิตภัณฑ์ ซึ่งยากต่อการแก้ไขในขั้นตอนถัดไป สอดคล้องกับ นักสิทธิ์ ปัญญาใหญ่ (2566) ที่พบว่าการควบคุมกระบวนการผลิตอาหาร (Food Process Control) ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะ ทางด้านการแปรรูปอาหารและเคมีอาหาร เพื่อให้สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ

2) การบรรจุผลิตภัณฑ์ เป็นจุดวิกฤตที่ส่งผลต่อผู้บริโภคโดยตรง ความผิดพลาดในขั้นตอนนี้ เช่น การปิด ฝาไม่สนิท ระดับการบรรจุที่ไม่เท่ากัน หรือสิ่งเจือปนในผลิตภัณฑ์ ไม่เพียงทำให้เกิดของเสีย (Waste) แต่ยังสามารถ ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและความเชื่อมั่นของลูกค้า สอดคล้องกับ อรรถัญญา อ่อนน้อม (2565) ที่พบว่าการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานในขั้นตอนการบรรจุและการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด เป็นปัจจัย สำคัญที่ช่วยลดความผิดพลาดและปริมาณของเสีย

3) การจัดการห่วงโซ่อุปทาน เป็นสมรรถนะที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ภายในโรงงาน โดยครอบคลุมถึงความสามารถในการเลือกใช้และจัดการบรรจุ ภัณฑ์ที่เหมาะสมกับขนาดและประเภทของสินค้า การตรวจสอบคุณภาพก่อนการใช้งาน และทักษะในการ ขึ้นรูปกล่องให้ถูกต้องและแข็งแรงเพื่อความปลอดภัยระหว่างการจัดเก็บและขนส่ง พนักงานจำเป็นต้องมีทักษะ การสังเกตและความละเอียดรอบคอบขั้นสูงในการแยกแยะความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์ เพื่อป้องกันปัญหาการ บรรจุสินค้าผิดกล่อง ซึ่งจะส่งผลเสียหายรุนแรงต่อกระบวนการส่งออกและอาจนำไปสู่การถูกปฏิเสธสินค้าจาก ลูกค้าปลายทาง และยังคงมีทักษะในการจัดเรียงกล่องขึ้นรถขนส่งให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละขนาดเพื่อป้องกัน ความเสียหายระหว่างการเคลื่อนย้าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสรา ชูมี และคณะ (2559) ที่ได้ศึกษา สมรรถนะในการปฏิบัติงานของแรงงานในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป และพบว่า ด้านความถูกต้องของงาน เป็น สมรรถนะที่มีความสำคัญสูงสุดลำดับต้น ๆ ต่อความสำเร็จของงาน โดยเฉพาะในกระบวนการผลิตที่มีรายละเอียด ซับซ้อน การที่พนักงานมีความแม่นยำในการจำแนกและจัดการวัสดุอุปกรณ์ จะช่วยลดความผิดพลาดในการ ปฏิบัติงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งมอบสินค้า

4) การแพ็คเกจสินค้า เป็นการตรวจสอบคุณภาพสุดท้ายที่มีความสำคัญอย่างยิ่งก่อนที่สินค้าจะถูกส่ง มอบไปยังคลังสินค้า พนักงานจำเป็นต้องมีทักษะความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบความสะอาดของสินค้า โดยเฉพาะการตรวจหาฝุ่นละอองหรือสิ่งเจือปนที่อาจติดมาภายหลังกระบวนการฆ่าเชื้อ รวมทั้งพนักงานต้องมีความแม่นยำในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลฉลาก ตำแหน่งการติดที่ไม่เบี้ยวหรือกลับด้าน รวมถึงความ สมบูรณ์ของบรรจุภัณฑ์ภายนอก เนื่องจากข้อผิดพลาดเพียงเล็กน้อยในจุดนี้อาจถูกตีความว่าเป็นสินค้าไม่ได้ มาตรฐาน ในมุมมองของลูกค้า นอกจากนี้ ยังรวมถึงทักษะการจัดเรียงสินค้าลงบนพาเลท ให้มีความมั่นคงแข็งแรง เพื่อป้องกันความเสียหายจากการล้มหรือกระแทกระหว่างการขนย้าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pan et al. (2024) ที่ได้ทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อปรับปรุงคุณภาพกระบวนการบรรจุและแพ็คเกจอุปกรณ์ โดยพบว่า การ กำหนดมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงาน (SOP) ที่ชัดเจนและการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในการตรวจสอบความ ถูกต้อง สามารถลดข้อบกพร่องที่พบบ่อย เช่น การติดฉลากไม่ และความผิดพลาดด้านบรรจุภัณฑ์ได้อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ

5) การใช้เครื่องจักร เป็นหัวใจสำคัญของระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม โดยมีขอบเขตครอบคลุม มากกว่าเพียงแค่การเดินเครื่องจักร แต่ต้องรวมถึงความรู้ความเข้าใจในหลักการทำงานของเครื่องจักร ความสามารถในการปรับตั้งค่า ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท และทักษะในการบำรุงรักษาเชิง ป้องกันเบื้องต้น โดยกระบวนการผลิตต้องอาศัยเครื่องจักรที่มีความต่อเนื่องสูง เพื่อให้ทันต่อคำสั่งซื้อของลูกค้า การหยุดชะงักของเครื่องจักร เพียงจุดเดียวอาจส่งผลกระทบต่อทั้งสายการผลิตและทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

จากของเสียและเวลาที่สูญเปล่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ วารุณี ปันทะนะ (2558) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาสมรรถนะพนักงานควบคุมเครื่องจักรในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป พบว่า สมรรถนะด้านทักษะการใช้งานและการบำรุงรักษาเครื่องจักร เป็นปัจจัยวิกฤตที่มักพบว่าพนักงานยังมีระดับความสามารถไม่เพียงพอ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิต งานวิจัยดังกล่าวยืนยันว่า การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เชิงเทคนิคและทักษะการดูแลรักษาเครื่องจักร ไม่เพียงแต่ช่วยยืดอายุการใช้งานของทรัพย์สิน แต่ยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรม

6) การตระหนักในความปลอดภัย เป็นสมรรถนะพื้นฐานที่ต้องถูกปลูกฝังให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการปฏิบัติตามกฎระเบียบเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึง ทักษะคิดและการตระหนักรู้ ในการป้องกันอันตรายเชิงรุก พนักงานจำเป็นต้องมีสมรรถนะในการระบุจุดเสี่ยง ในพื้นที่รอบตัวได้ด้วยตนเอง ไม่ใช่รอเพียงคำสั่งจากหัวหน้างาน รวมถึงต้องมีความรู้ความเข้าใจและวินัยในการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) ที่เหมาะสมกับงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Setyaji et al. (2024) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการระบุอันตรายและการควบคุมความเสี่ยงในโรงงานอุตสาหกรรม และพบว่า กระบวนการทำงานกับเครื่องจักรและความร้อนมีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดอุบัติเหตุรุนแรง งานวิจัยดังกล่าวเสนอแนะว่า การควบคุมความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพสูงสุดต้องเริ่มจากการที่พนักงานมีความสามารถในการระบุอันตราย และให้ความสำคัญกับการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกัน (PPE) อย่างเคร่งครัด

ตอนที่ 2 ผลการประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC

การประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) บุคลากรระดับพนักงาน และ 2) บุคลากรระดับหัวหน้างาน

1) บุคลากรระดับพนักงาน

ผลการประเมินสมรรถนะของบุคลากรระดับพนักงานอยู่ในระดับสูงในสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวินัย การปฏิบัติตามขั้นตอนมาตรฐาน และการควบคุมความปลอดภัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จขององค์กรในการปลูกฝังจิตสำนึกพื้นฐานและการควบคุมมาตรฐานการทำงานที่เข้มแข็ง ทำให้บุคลากรมีความมุ่งมั่นในงานที่ทำเป็นกิจวัตรและมีความเสี่ยงต่ำ แต่เมื่อพิจารณาในมิติของทักษะเชิงช่างและความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตเชิงลึก กลับพบช่องว่างสมรรถนะที่ปรากฏขึ้น โดยเฉพาะในสมรรถนะด้านการเตรียมวัตถุดิบและการใช้เครื่องจักร ซึ่งผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า พนักงานจำนวนมากยังมีระดับความสามารถไม่ถึงเกณฑ์ความคาดหวัง โดยประสบปัญหาเมื่อต้องเผชิญกับการวัดค่าที่ละเอียดอ่อน การควบคุมตัวแปรที่ซับซ้อน หรือการจัดการกับเหตุขัดข้องของเครื่องจักรด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วารุณี ปันทะนะ (2558) ที่ระบุว่า ปัญหาหลักของประสิทธิภาพการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม มักเกิดจากการที่พนักงานระดับปฏิบัติการขาดทักษะในการบำรุงรักษาเครื่องจักรเบื้องต้น ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบความผิดปกติได้ก่อนที่จะเกิดความเสียหาย ส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Spencer และ Spencer (1993) ที่อธิบายว่า สมรรถนะด้านเทคนิคจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และการฝึกฝนแบบลงมือทำที่เข้มข้นมากกว่าสมรรถนะด้านพฤติกรรมทั่วไป ดังนั้น การพัฒนาพนักงานควรมุ่งเน้นการยกระดับจาก ผู้ใช้งาน ให้กลายเป็น ผู้ใช้งานเชิงช่างเทคนิค เพื่อปิดช่องว่างด้านสมรรถนะดังกล่าว และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสายการผลิตในระยะยาว

2) บุคลากรระดับหัวหน้างาน

ผลการประเมินสมรรถนะของบุคลากรระดับหัวหน้างานแสดงให้เห็นถึงศักยภาพที่สามารถทำความเข้าใจกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและมีทักษะในการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิชดา ประชุมทอง (2560) ที่พบว่า สมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิต โดยเฉพาะด้านความรู้ในงานและทักษะการแก้ปัญหา มีอิทธิพลทางบวกในระดับสูงต่อประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งยืนยันได้ว่าหัวหน้างานที่มีความเข้มแข็งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนความสำเร็จของทีม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สันติสุข ชัยเพชร (2564) ที่ระบุว่า ความก้าวหน้าในอาชีพของหัวหน้างานจำเป็นต้องอาศัยคุณภาพของสมรรถนะทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการบริหารงาน และ ด้านการบริหารคน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ยืนยันว่าบุคลากรระดับหัวหน้างานของบริษัท ABC มีความพร้อมทั้งสองมิติ คือ เก่งทั้งงานและเก่งทั้งการสอนงาน จึงเป็นทรัพยากรบุคคลที่ทรงคุณค่าที่จะถูกนำมาต่อยอดบทบาทให้เป็นวิทยากรภายใน เพื่อทำหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้และปิดช่องว่างสมรรถนะให้กับพนักงานในระดับปฏิบัติการต่อไป

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง สมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงาน ประเมินระดับสมรรถนะของบุคลากรฝ่ายผลิต และเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะให้สอดคล้องกับบริบทการปฏิบัติงานจริงขององค์กร โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบแยกลำดับเชิงสำรวจ ซึ่งผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน

ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิตประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ (1) การเตรียมวัตถุดิบและการต้มผสม (2) การบรรจุผลิตภัณฑ์ (3) การจัดการกล่องบรรจุภัณฑ์ (4) การแพ็คสินค้า (5) การใช้เครื่องจักร และ (6) การตระหนักในความปลอดภัย ซึ่งเป็นสมรรถนะที่สะท้อนทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในสายการผลิตเครื่องดื่ม

ผลการประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงาน ซึ่งให้เห็นว่า บุคลากรระดับหัวหน้างานมีระดับสมรรถนะผ่านเกณฑ์ความคาดหวังขององค์กรในทุกด้าน ขณะที่บุคลากรระดับพนักงานยังมีช่องว่างสมรรถนะที่ควรได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะด้านการเตรียมวัตถุดิบและการต้มผสม และด้านการใช้เครื่องจักร ซึ่งเป็นสมรรถนะหลักที่มีความซับซ้อนและส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต

โดยสรุป ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การกำหนดและประเมินสมรรถนะตามตำแหน่งงานช่วยให้องค์กรสามารถมองเห็นระดับความสามารถของบุคลากรได้อย่างชัดเจน และสามารถนำผลการประเมินไปใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการวางแผนพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรม และการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ การใช้บทบาทของหัวหน้างานเป็นพี่เลี้ยงในการถ่ายทอดความรู้และทักษะ จะเป็นแนวทางสำคัญในการลดช่องว่างสมรรถนะและยกระดับประสิทธิภาพการผลิตขององค์กรในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

แนวทางการพัฒนาสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรฝ่ายผลิตสามารถดำเนินการอย่างเป็นระบบใน 3 ระยะ โดยระยะเร่งด่วนมุ่งแก้ไขช่องว่างสมรรถนะที่มีความวิกฤตผ่านการจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน มาตรฐานและการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบเร่งด่วน โดยอาศัยบทบาทของหัวหน้างานในการสอนงานและติดตามผลอย่างใกล้ชิด ระยะกลางให้ความสำคัญกับการสร้างมาตรฐานเชิงระบบ โดยเชื่อมโยงการพัฒนา

สมรรถนะเข้ากับกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น การพัฒนา OJT การกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน และการจัดเก็บฐานข้อมูลสมรรถนะรายบุคคล ขณะที่ระยะยาวมุ่งสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และความปลอดภัยอย่างยั่งยืน ผ่านการกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ การส่งเสริมการปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสนับสนุนการทำงาน ทั้งนี้ การทบทวนกรอบสมรรถนะอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและบริบททางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กฤติญา สมรอบรู้. (2562). *สมรรถนะช่วงบริการ บริษัท คูโบต้าอยุธยา (ฮั่วเฮงหลี) จำกัด*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- คมกฤษ จงบุญวัฒนา. (2559). *คัมภีร์ HR*. เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ธัชพงศ์ เศรษฐบุตร. (2562). *การจัดการผลการปฏิบัติงาน*. ทริปเพิล เอ็ดดูเคชั่น.
- นักสิทธิ์ ปัญญาใหญ่. (2566). *สมรรถนะการทำงานของบัณฑิตวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร ระดับปริญญาตรีและแนวทางการพัฒนาบัณฑิตอุดมศึกษาตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตในเขตภาคเหนือประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- บัญญัติ ฉัตรครบุรี. (2563). *การพัฒนาสมรรถนะตามหน้าที่ของนักพัฒนาซอฟต์แวร์กลุ่มบริษัท XYZ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (2564). *การประเมินสมรรถนะ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ริชชี่ สวয়รูป. (2565). *รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจค้าปลีกในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เลิศชัย สุธรรมานนท์. (2558). *Competency* [เอกสารประกอบการสอน]. สาขาวิชากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- วรรณ อยพิศาลภพ. (2565, 1 กุมภาพันธ์). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2565-2567: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม*. Krungsri Research. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/beverage/io/io-beverage-2022>
- วารุณี ปันทะนะ. (2558). *การพัฒนาสมรรถนะพนักงานควบคุมเครื่องจักรของบริษัท ส.ขอนแก่น ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพฯ.
- วิชดา ประชุมทอง. (2560). *สมรรถนะในการปฏิบัติงานของหัวหน้างานสายการผลิตกับประสิทธิผลขององค์การบริษัทผลิตน้ำผลไม้กระป๋องจังหวัดประจวบคีรีขันธ์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566, 22 ธันวาคม). *ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุ ปี'67 เติบโตรับคนสูงวัยที่เพิ่มขึ้น แต่ยังคงอยู่บนความท้าทาย*. Kasikorn Research. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Food-CIS-3446-KR-22-12-2023.aspx>



- สมใจ ธรรมสุนทร. (2557). *แนวทางการพัฒนาระบบสมรรถนะเพื่อพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลในการ
อบรมหลักสูตร “ผู้บริหารศาลยุติธรรมระดับกลาง” รุ่นที่ 10*. สถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายตุลาการ
ศาลยุติธรรม.
- ส์โรชา ชัยปาณี. (2563). *การศึกษาสมรรถนะหลักของพนักงานบริษัท ABC จำกัด* [การค้นคว้าอิสระปริญญา
มหาบัณฑิต]. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- สันติสุข ชัยเพชร. (2564). *แนวทางการพัฒนาสมรรถนะประจำตำแหน่งฝ่ายผลิต เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ
ของอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ. (2560). *หลักการบริหารธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 6 ฉบับปรับปรุงใหม่). จุฬาลง
กรณ์วิทยา อ่อนน้อม. (2565). *การปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการควบคุมคุณภาพบรรจุภัณฑ์กระป๋อง
ส่งออก กรณีศึกษา: บริษัท Asian Pacific Can Co., LTD* [การศึกษารายบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต].
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อริสรา ชูมี, สาโรช เนติธรรมกุล, และ สุณีย์ ล่องประเสริฐ. (2559). สมรรถนะในการปฏิบัติงานของแรงงาน
ไทยภาคอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 3(2),
235–252.
- Boam, R., & Sparrow, P. (1992). *Designing and achieving competency: A competency-based
approach to developing people and organizations*. McGraw-Hill.
- Dreyfus, S. E. (2004). The five-stage model of adult skill acquisition. *Bulletin of Science, Technology
& Society*, 24(3), 177–181.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence." *American
Psychologist*, 28(1), 1–14.
- Pan, W., Yi, L., Hu, T. et al. An action research study of quality improvement in instrument
packaging procedures for the central sterile supply department. *Scientific Reports*, 14,
3764. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-54237-z>
- Setyaji, A. N., Budiyanto, S., & Priharwanti, A. (2024). Hazard identification and risk control in
the preparatory department at PT. Gajah Duduk Pekalongan District. *Pena Medika:
Jurnal Kesehatan*, 14(2), 472–483. <https://doi.org/10.31941/pmjk.v14i2.5383>
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior
performance*. Wiley.

การบูรณาการการสอนด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชนที่ยั่งยืน

INTEGRATING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TEACHING TO ENHANCE SUSTAINABLE ENTREPRENEURIAL COMPETENCY OF COMMUNITY ENTERPRISE ENTREPRENEURS

นิยม กริมใจ^{1*} จริยา ศรีจรูญ² เกสร คงสำเภา³ พิรพัชร เกตุศรีเมฆ⁴ และปรภัต จูตระกูล⁵
Niyom Krimjai^{1*}, Chariya Srijaroon², Kesorn Kongsampao³,
Phiraphatchara Gatesrimek⁴, and Porraphat Jutrakul⁵

^{1,2,3,4,5}คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

^{1,2,3,4,5}Faculty of Accountancy and Management, Southeast Bangkok University

*Corresponding Author, E-mail: niyom@southeast.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาและธุรกิจในยุคปัจจุบันกำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้เรียนที่เปลี่ยนไปสู่การเรียนรู้ออนไลน์และการใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ความจริงเสมือน แพลตฟอร์ม e-Learning และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ขณะเดียวกันภาคธุรกิจได้ปรับตัวเข้าสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลผ่านกระบวนการ Digital Transformation และการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อรองรับการแข่งขันในยุคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการทั้งในกลุ่มของเยาวชน และผู้ใหญ่จึงมีความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 ที่มุ่งสร้างบัณฑิตที่มีแนวคิดเชิงผู้ประกอบการเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากผ่านวิสาหกิจชุมชน

บทบาทของปัญญาประดิษฐ์ (AI) จึงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เชื่อมโยงทั้งด้านการบัญชีและการตลาดสมัยใหม่ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สามารถช่วยผู้ประกอบการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ จัดการข้อมูลทางบัญชีอย่างแม่นยำ และวิเคราะห์แนวโน้มตลาดเพื่อสร้างกลยุทธ์การแข่งขันที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค นอกจากนี้ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ยังช่วยเพิ่มศักยภาพการตลาดผ่านการใช้โซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มดิจิทัลในการเข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มและยั่งยืน การบูรณาการศักยภาพด้านการบัญชีและการตลาดเข้ากับเทคโนโลยี AI จึงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และมีบทบาทต่อเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ

คำสำคัญ: การบูรณาการการสอน ปัญญาประดิษฐ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ความยั่งยืน

Abstract

Education and business sectors are undergoing profound transformation driven by rapid technological advancement and changing learner behaviors toward online learning and digital tools, including artificial intelligence (AI), virtual reality, e-learning platforms, and big

data analytics. Concurrently, businesses are transitioning into digital organizations through digital transformation and the development of innovative business models to remain competitive in the e-commerce era. The development of entrepreneurial competencies among youth and adults has therefore become increasingly important, in alignment with Thailand's National Education Plan (2017–2036), which aims to cultivate graduates with an entrepreneurial mindset to strengthen the grassroots economy through community enterprises.

Artificial intelligence (AI) plays a pivotal role in building an integrated ecosystem that connects modern accounting and marketing functions. AI enables entrepreneurs to plan and control operations more efficiently, manage accounting information with greater accuracy, and analyze market trends to formulate competitive strategies that effectively respond to consumer demands. Moreover, AI enhances marketing capabilities through social media and digital platforms, allowing businesses to reach target customers more precisely and sustainably. The integration of accounting and marketing competencies with AI technologies thus serves as a key driving force in strengthening community enterprises, fostering sustainable growth, and contributing significantly to both local and national economic development.

Keywords: Instructional Integration, Artificial Intelligence, Community Enterprise Entrepreneurs, Sustainable Development

บทนำ

ในปัจจุบันการศึกษากำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเข้าสู่ยุคดิจิทัลรวมถึงพฤติกรรมของผู้เรียนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจากที่ต้องเรียนอยู่ในห้องเรียนเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่การเรียนรู้ในปัจจุบันได้นำไปสู่รูปแบบการเรียนรู้ที่สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้จากทุกที่ และทุกแห่งทั่วโลกเพียงปลายนิ้วผ่านการเรียนรู้แบบออนไลน์ (Online Learning) และการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ เช่น ความจริงเสมือน (Virtual Reality: AR) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์ม (e-Learning Platforms) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) (จักรกฤษ โทติรัมย์, 2568) อีกทั้งในภาคธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงจากการค้าขายแบบเดิมมาเป็นธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ด้วยการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Shopee, Lazada (B2C) Facebook และ TikTok เป็นต้น ส่งผลต่อในหลายธุรกิจเริ่มปรับตัวและเข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นองค์กรธุรกิจดิจิทัล (Digital Organization) โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือการบริการ (Digital Transformation) และยังมีการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ขึ้นมารองรับกับการเปลี่ยนแปลง (Feliciano-Cestero et al., 2023) ซึ่งสอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579 ที่สนับสนุนให้การศึกษาในระดับอุดมศึกษาสร้างบัณฑิตที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ (ศศิพิสุทธิ์ หงษ์สมบัติ และคณะ, 2568) เพื่อสร้างความเข้มแข็งเชิงเศรษฐกิจโดยเฉพาะเศรษฐกิจชุมชน หรือเรียกว่า วิชาศึกษาชุมชน ที่ถือเป็นเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนหากได้รับการส่งเสริมองค์ความรู้ให้กับชุมชนจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่จะช่วยสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าองค์กร ส่งเสริมการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการ

ที่มีคุณภาพ การจัดการกลไกตลาดของท้องถิ่น สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถช่วยในการกระจายสินค้าและบริการ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ในการบูรณาการการสอนด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อการเสริมสร้างสมรรถนะของผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนต้องอาศัยการบูรณาการจากศาสตร์ต่าง ๆ ที่นำมาเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เช่น การนำศาสตร์ด้านการบัญชี และการตลาดสมัยใหม่เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการวางแผนและกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานให้ชัดเจน การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ การมีมาตรฐานในการผลิตหรือให้บริการ การบริหารจัดการทางบัญชีและการตลาดในการรวบรวมและจัดการข้อมูลผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล การมองหาช่องทางและสร้างโอกาสในการแข่งขันด้วยการตลาดสมัยใหม่ผ่านโซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชัน ซึ่งหากนำทั้ง 2 ด้านนี้มาช่วยขับเคลื่อนจะทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งมากขึ้น (พิพัฒน์ บุญยาศรัย และคณะ, 2567)

โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจะต้องวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ ดังนี้

1. ปัญหาและช่องว่างขององค์ความรู้ (Problem Statement and Knowledge Gap)

การจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันยังคงเผชิญกับปัญหาและช่องว่างขององค์ความรู้ที่สำคัญ โดยเฉพาะเมื่อเชื่อมโยงกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการที่ยั่งยืน สามารถสรุปได้ 4 ประเด็น ดังนี้

1. การแยกส่วนขององค์ความรู้ทางบัญชีและการตลาดดิจิทัล การเรียนการสอนถูกจัดเป็นรายวิชาที่ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลทางการเงินกับกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ผู้ประกอบการขาดทักษะการบูรณาการที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในโลกธุรกิจที่ซับซ้อน (Nguyen et al., 2022)

2. การขาดกรอบแนวคิดในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการจัดการเรียนการสอนแม้จะถูกนำมาใช้ในหลายมิติของการศึกษา แต่ยังไม่มีการออกแบบที่ชัดเจนในการบูรณาการเข้ากับการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงระหว่างบัญชีและการตลาดดิจิทัล (Hisrich & Ramadani, 2020) ช่องว่างนี้ทำให้การเรียนรู้ไม่สามารถตอบโจทย์การพัฒนาผู้ประกอบการที่มีสมรรถนะยั่งยืนได้อย่างเต็มที่

3. ความไม่สอดคล้องกับทักษะตามช่วงอายุของผู้ประกอบการ โดยแบ่งได้ 3 ช่วง คือ

3.1 ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Young Entrepreneurs) ต้องการทักษะด้านดิจิทัลและการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อสร้างนวัตกรรมและเข้าถึงตลาดออนไลน์

3.2 ผู้ประกอบการวัยกลางคน (Mid-career Entrepreneurs) ต้องการทักษะการบูรณาการข้อมูลทางบัญชีและการตลาดเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่แม่นยำ

3.3 ผู้ประกอบการอาวุโส (Senior Entrepreneurs) ต้องการทักษะการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและสร้างความยั่งยืนในธุรกิจที่มีอยู่แล้ว (Marques, 2021)

ช่องว่างที่สำคัญ คือ การออกแบบการเรียนการสอนที่ตอบโจทย์ความแตกต่างของทักษะตามช่วงอายุที่แตกต่างกัน

4. การขาดการเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) การเรียนการสอนด้านผู้ประกอบการยังไม่ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน เช่น ความโปร่งใสทางการเงิน การตลาดที่มีความรับผิดชอบ และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (World Economic Forum, 2023) ซึ่งช่องว่างนี้ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างเต็มรูปแบบ

2. การศึกษาด้านบัญชีในยุคดิจิทัล (Accounting Education in the Digital Era)

เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วนของธุรกิจบทบาทของนักบัญชียังคงมุ่งไปที่การสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรธุรกิจ หากต้องการให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยลดเวลาในการทำงานซ้ำ ๆ โดยนำหุ่นยนต์ (Robotic) เข้ามาช่วยทำให้สามารถนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจได้ดีมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อการเป็น Business Partner หรือคู่คิดธุรกิจได้อย่างเต็มตัวเน้นการวิเคราะห์และหาข้อมูลเชิงลึกขององค์กรธุรกิจ (Business Insight) โดยมีเทคโนโลยีช่วยในการจัดทำรายงานและการวิเคราะห์ขั้นพื้นฐานเพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายตอบโจทย์การขับเคลื่อนธุรกิจให้มีผลการดำเนินงานที่ดี (วิศยา พรพิพัฒน์กุล, ม.ป.ป.) ประกอบด้วย

2.1 การศึกษาด้านบัญชีในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องพัฒนาทักษะ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) การหาข้อมูลเชิงลึก (Insight) ร่วมกับการวางแผนกลยุทธ์ และนวัตกรรมของธุรกิจมีความจำเป็นอย่างมากในการพัฒนาทักษะขั้นสูงในการทำงานกับข้อมูล รวมถึงทักษะในการตั้งคำถามและการใช้เครื่องมือใหม่ ๆ เพื่อรวบรวม จัดการ และวิเคราะห์ข้อมูล

2) สามารถสื่อสารข้อมูลเชิงลึก (Insight) และเป็นตัวกลางในการสื่อสารด้วยภาษาธุรกิจให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และนักวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Scientist)

3) เข้าใจขอบเขตและลักษณะการดำเนินธุรกิจอย่างถ่องแท้ และสามารถนำระบบอัตโนมัติ (Automation) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาใช้

4) ความสามารถในการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เริ่มตั้งแต่ข้อมูล กระบวนการทำงาน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้การผลิตข้อมูลแบบเชิงลึก (Insight) และสามารถนำเสนอทางออกหรือวิธีแก้ปัญหาที่เหมาะสม

2.2 การเตรียมความพร้อมเพื่อการพัฒนาทักษะด้านบัญชีของการเรียนรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการ

1) การเปิดใจและมองเทคโนโลยีเป็นโอกาสเพื่อสร้างแรงผลักดันในการทำงาน

2) พัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและบริหารความสัมพันธ์กับผู้อื่น

3) พัฒนาความสามารถในการคิด ระบุประเด็นปัญหา ตั้งคำถาม ออกแบบ และแปลผลการวิเคราะห์ให้เหมาะสม

4) พัฒนาทักษะการคิดในระดับกลยุทธ์ทำให้เข้าใจธุรกิจที่หลากหลายมิติ

5) เพิ่มทักษะการบริหารจัดการความเสี่ยง

6) ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมการบริหารการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาทักษะการคิดอย่างสร้างสรรค์

7) พัฒนาทักษะเรื่องการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ซึ่งรวมถึงทักษะด้าน การสืบค้นข้อมูล (Data Mining) การสร้างแบบจำลอง (Modeling) และการทำภาพข้อมูล (Visualization)

3. การประยุกต์ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการเรียนการสอนบัญชีเพื่อเสริมสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) กำลังมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงวิชาชีพบัญชีและการศึกษาด้านธุรกิจในศตวรรษที่ 21 โดยเทคโนโลยี AI เช่น การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) ถูกนำมาใช้ในการจัดทำรายงานทางการเงิน การตรวจสอบบัญชี และการพยากรณ์แนวโน้มทางธุรกิจอย่างแพร่หลาย (Brynjolfsson & McAfee, 2017) ส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนบัญชีจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะด้านดิจิทัลควบคู่กับความสามารถเชิงกลยุทธ์

การประยุกต์ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการเรียนการสอนบัญชีสามารถดำเนินการได้ผ่านการใช้ซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ระบบประเมินผลอัตโนมัติ และแพลตฟอร์มการเรียนรู้แบบปรับตามศักยภาพผู้เรียน (Adaptive Learning) ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจข้อมูลเชิงลึกและสามารถตัดสินใจบนฐานข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการประเมินความเสี่ยง ซึ่งเป็นสมรรถนะสำคัญของผู้ประกอบการ (OECD, 2021)

ในบริบทของการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการ การเรียนบัญชีที่ผสมผสานปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ต้นทุน กำไร กระแสเงินสด และแนวโน้มตลาดได้อย่างแม่นยำมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถจำลองสถานการณ์ธุรกิจเพื่อฝึกการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ภายใต้เงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงได้ การบูรณาการดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษาที่มุ่งพัฒนาทักษะแห่งอนาคต (Future Skills) และความสามารถในการปรับตัวต่อความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ (World Economic Forum, 2023)

อย่างไรก็ตาม การนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในการเรียนการสอนควรคำนึงถึงจริยธรรม ความโปร่งใส และความรับผิดชอบในการใช้ข้อมูล เพื่อป้องกันการพึ่งพาเทคโนโลยีโดยขาดวิจารณญาณของผู้เรียน ดังนั้น ผู้สอนควรออกแบบกิจกรรมที่เน้นการใช้ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นเครื่องมือสนับสนุนการคิด ไม่ใช่ทดแทนการคิดของมนุษย์

กล่าวโดยสรุป การประยุกต์ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการเรียนการสอนบัญชีมีศักยภาพในการเสริมสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการ ทั้งในด้านการวิเคราะห์ข้อมูล การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ หากมีการออกแบบหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม จะช่วยยกระดับคุณภาพบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

4. ทักษะทางการเงิน (Financial Literacy) และการตัดสินใจทางธุรกิจ (Business Decision)

OKMD (2024) กล่าวถึง ทักษะทางการเงินว่าเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินในทุกมิติ ตั้งแต่การบริหารจัดการค่าใช้จ่าย การกำหนดเป้าหมายทางการเงิน การลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ การกู้ยืม ไปจนถึงการวางแผนเรื่องภาษีเพื่อช่วยใหเกิดการตัดสินใจทางการเงินที่ดี และส่งผลให้มีสุขภาพทางการเงินที่ดี โดยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ความรู้ทางการเงิน

ความรู้ในการคิดคำนวณดอกเบี้ยเงินฝาก ดอกเบี้ยเงินกู้ ดอกเบี้ยทบต้น ความรู้เรื่องเงินเพื่อการกระจายความเสี่ยงและผลตอบแทนด้านการลงทุน นับว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจด้านการเงิน รวมถึงความเข้าใจเรื่องรายงานทางการเงินของธุรกิจ อัตราส่วนทางการเงิน การจัดการภาษีและการบริหารความเสี่ยง

2. พฤติกรรมทางการเงิน

พฤติกรรมการใช้จ่ายและการออม รูปแบบการเก็บออม การแก้ปัญหาทางการเงินการไต่ตรงก่อนการซื้อ การชำระค่าใช้จ่ายตรงเวลา การเปรียบเทียบศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจ และตั้งเป้าหมายทางการเงินในระยะยาว รวมถึงการวางแผนงบประมาณอย่างเป็นระบบ การเก็บข้อมูลรายรับ-รายจ่าย การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทางการเงินก่อนตัดสินใจลงทุนหรือกู้ยืม

3. ทิศนคติทางการเงิน

ความคิดเห็นด้านการเงิน เช่น มีความสุขกับการใช้เงินหรือการออมเงิน มีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้หรือวันข้างหน้า คิดวางแผนเพื่อมีเงินในอนาคตหรือรับใช้ในปัจจุบัน ความตระหนักถึงความสำคัญของการเงินที่มีผลต่อการอยู่รอดของกิจการ ความรอบคอบและการมองการณ์ไกลในเชิงการลงทุน

4.1 ทักษะทางการเงินที่ควรรู้และเสริมสร้างให้แก่ผู้เรียนในปัจจุบัน

ความรู้และทักษะทางการเงินแม้จะถูกมองว่าเป็นเรื่องยากและมีความซับซ้อน แต่สามารถสร้างได้ ดังนี้

1. การจัดการทรัพย์สิน และรายรับ-รายจ่าย
การฝึกทำรายรับ-รายจ่าย ตรวจสอบทรัพย์สินที่มี เก็บบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่าย จำนวนหนี้สินที่มี โอกาสที่จะจัดการหนี้สินให้หมดโดยเร็ว และทำให้มีโอกาสการออมมากขึ้น
2. การวางแผนภาษี
หากเรามีรายได้ที่มากขึ้น เรื่องของภาษีเป็นอีกหนึ่งเรื่องที่เราไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้นการเริ่มฝึกวางแผนทางภาษีให้ดี ค่าของภาษีได้แน่นอนจะช่วยไม่ให้เสียภาษีมากเกินไป และมีเงินเก็บออมมากขึ้น โดยการวางแผนนำเงินไปลงทุนหรือออมเพื่อใช้ในการลดหย่อนทางภาษี
3. มีทัศนคติทางการเงินที่ดี
การมีทัศนคติในเรื่องของการลงทุน การตัดสินใจในการลงทุน ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น หรือความเชื่อมั่นต่อตนเองในการจัดการด้านการเงิน
4. การบริหารความเสี่ยง
เป็นการวางแผนการลงทุน การเก็บออมโดยตระหนักถึงการลงทุนว่าอาจมีความเสี่ยง หากลงทุนแล้วเกิดการขาดทุนต้องรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้โดยไม่เดือดร้อน
5. หาความรู้ด้านการเงิน
เนื่องจากการลงทุนในปัจจุบันมีความหลากหลายและใช้ความรู้ในการพิจารณาตัดสินใจ ไม่เหมือนกันรวมถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ดังนั้น จะต้องมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ครอบคลุมการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ และลงทุนได้อย่างเหมาะสมลดความเสี่ยงที่อาจเกิดการขาดทุน
6. เรียนรู้ทางเทคโนโลยี
เทคโนโลยีในปัจจุบันนอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกแล้วยังช่วยให้เข้าถึงระบบการเงิน การลงทุน และการออมต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและง่ายมากขึ้น การเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ จะช่วยเสริมให้มีทักษะทางการเงินของโลกสมัยใหม่ รู้เท่าทันต่อความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับการเงิน การลงทุน และการออมให้คุ้มค่าที่สุด

5. การจัดการเรียนรู้ด้านบัญชีในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย

1. เริ่มต้นด้วยการปลูกฝังทัศนคติ และวิธีคิดที่เปิดรับ (Digital Mindset) หรือ ทัศนคติที่จะช่วยในการปรับตัวในยุคดิจิทัล เปิดรับให้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการทำงานที่นักบัญชีทุกคนสามารถทำได้ ในช่วงแรกอาจไม่คุ้นชิน แต่เมื่อพบว่าการทำงานด้วยเทคโนโลยีหรือเครื่องมือดิจิทัล ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และไม่ใช่เรื่องยาก หากได้ทดลองใช้งานก็จะเกิดความกล้าในการใช้งานซึ่งช่วยเสริมสร้างทักษะในการเรียนรู้เครื่องมือใหม่ ๆ ทั้งในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือทีมงานผ่านการประชุมออนไลน์ การทำงานผ่านโปรแกรมระบบบัญชีที่เป็นระบบ Cloud, การใช้ Digital Solution หรือ แอปพลิเคชันมาช่วยบริหารจัดการงานด้านต่าง ๆ เช่น การจัดสรรงาน การควบคุมความก้าวหน้าของงาน การบันทึกต้นทุนงาน การวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของธุรกิจซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำงานอย่างมาก สิ่งเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างทักษะในยุคดิจิทัล (Digital Skills) (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2564) เช่น หลักสูตร Digital Transformation on Accounting เพื่อปูพื้นฐานทัศนคติและหลักการ ของ Set-e-Learning

2. การใช้โปรแกรมบัญชีดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจกระบวนการทางธุรกิจ เช่น โปรแกรม QuickBooks, Xero, Sage, Peak Account ซึ่งถือเป็น Cloud Accounting Tools ซึ่งช่วยให้เห็นภาพของการทำงานในระบบสารสนเทศทางบัญชี และในโปรแกรมมีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ช่วยในการดำเนินการ เช่น ระบบ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ช่วยวิเคราะห์รายการค้า ผู้ขายสินค้า/ให้บริการ และคัดเลือกฝั่งบัญชีให้อัตโนมัติ

3. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น โปรแกรม Power BI, Tableau, Alteryx สำหรับ Visual Analytics, Excel Data Analysis Tools และ Power AI ที่ช่วยในการจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การจัดทำงบพิสูจนยอดเงินฝากธนาคาร วิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ ให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงการทำงาน ช่วยการตัดสินใจได้รวดเร็วด้วย ระบบ Workflow CRM และ appointment เป็นต้น

6. Digital Marketing Education and AI

การจัดการศึกษาในสาขาการตลาดดิจิทัลในยุคเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) ต้องมุ่งพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนให้สามารถตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลเป็นหลัก (Data Informed Strategic) และตัดสินใจโดยมีหลักฐานรองรับ (Evidence Based Decision Making) โดยเฉพาะในยุคที่ข้อมูลต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และมีการแข่งขันกันระหว่างแบรนด์ต่าง ๆ แบบเรียลไทม์ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้การศึกษาด้านการตลาดดิจิทัลต้องยกระดับ คือ 1) ความหนาแน่นของข้อมูลลูกค้าที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ 2) ความซับซ้อนของเส้นทางลูกค้า (Customer Journey) ที่กระจายอยู่หลายแพลตฟอร์ม และ 3) บทบาทของระบบอัลกอริทึม และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่มีอิทธิพลต่อการมองเห็น การเข้าถึง และการตอบสนองของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ (นิตยา คลังเพชร, 2567)

ในบริบทดังกล่าว การเรียนรู้ด้านการตลาดดิจิทัลควรสอนให้ผู้เรียนใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) เป็น “กลไกเสริมพลัง” โดยให้ผู้เรียนเข้าถึงการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การทดลองเชิงข้อมูล และการปรับกลยุทธ์อย่างเป็นระบบมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) ในการเรียนการสอนจำเป็นต้องอยู่บนหลักความรับผิดชอบและธรรมาภิบาลข้อมูล เพราะการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) เพื่อทำการตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalization) สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ แต่ถ้าหากขาดความโปร่งใสหรือจริยธรรม ก็อาจทำให้ผู้บริโภคเสียความไว้วางใจต่อองค์กรในระยะยาวได้ (วิภาวี พิจิตบันดาล และคณะ, 2568)

7. การใช้ข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์เชิงดิจิทัล (Customer Data and Digital Analytics)

หลักสำคัญของการตลาดดิจิทัลอยู่ที่ความสามารถในการเปลี่ยน “Digital Footprint” หรือร่องรอยดิจิทัลให้เป็นความเข้าใจในเชิงธุรกิจและปรับเป็นกลยุทธ์เพื่อทำการตลาดต่อไปได้ โดยข้อมูลของลูกค้าหรือผู้ใช้งานที่อยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์มักจะประกอบไปด้วยข้อมูลประเภทต่าง ๆ เช่น

- ข้อมูลเชิงพฤติกรรม เช่น การเข้าชม การคลิก การมีส่วนร่วม การบันทึก การแชร์
- ข้อมูลเชิงธุรกรรม เช่น ความถี่ในการซื้อ มูลค่าคำสั่งซื้อ การกลับมาซื้อซ้ำ
- ข้อมูลจากลูกค้า เช่น รีวิว คอมเมนต์ ข้อร้องเรียน

ข้อมูลเหล่านี้เมื่อนำมาจัดกลุ่มอย่างเป็นระบบและตีความออกมา สามารถอธิบายเป็นเส้นทางของลูกค้า (Customer Journey) และเหตุผลเบื้องหลังผลลัพธ์ของแคมเปญได้ชัดเจนมากขึ้น (คุณัชชา ยอดมงคล และ ชุตติมา เกศดาญรัตน์, 2567)

การเรียนรู้ด้านการใช้ข้อมูลลูกค้าและการวิเคราะห์เชิงดิจิทัล (Customer Data and Digital Analytics) ควรออกแบบการสอนโดยเริ่มจาก วัตถุประสงค์เป้าหมาย (Objective) ตัวชี้วัด (Metric) การตีความ (Interpretation)

และการตัดสินใจ (Decision) โดยผู้เรียนจะต้องสามารถเชื่อมโยงวัตถุประสงค์ทางการตลาดกับตัวชี้วัดที่เหมาะสม ไม่ใช่เพียงการดูตัวเลขจำนวนมากที่กระจัดกระจาย (คุณชชา ยอดมงคล และ ชุตินา เกศดา ยรัตน์, 2567) เช่น

- วัตถุประสงค์ คือ การสร้างการรับรู้ (Awareness) การวิเคราะห์เชิงดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับตัวชี้วัด การเข้าถึง (Reach), การแสดงผล (Impression) และความถี่ในการเห็น (Frequency)
- วัตถุประสงค์ คือ สร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) ควรเน้นอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate), อัตราการรับชมจนจบ (Completion Rate) หรือพฤติกรรมแชร์/บันทึก
- วัตถุประสงค์ คือ การแปลงผล (Conversion) ควรพิจารณาอัตราการคลิก (Click Through Rate; CTR), อัตราการเปลี่ยนเป็นลูกค้า (Conversion Rate), ต้นทุนต่อผลลัพธ์ (Cost Per Acquisition; CPA) หรือผลตอบแทนค่าโฆษณา (Return on Ad Spend; ROAS)

นอกจากนี้ การพัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล (Digital Analytics) ควรอยู่บนหลักการวิเคราะห์ที่มีลำดับขั้นเพื่อสร้างระบบให้กับความคิด ได้แก่ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูล 2) การทำความสะอาด/จัดระเบียบ/บูรณาการข้อมูล 3) การวิเคราะห์เพื่อค้นหารูปแบบ แนวโน้ม หรือปัจจัยที่สัมพันธ์กัน และ 4) การนำผลไปปรับใช้ในการตัดสินใจหรือการปรับแคมเปญ โดยเมื่อผู้เรียนได้ฝึกคิดตามลำดับดังกล่าว จะช่วยลดปัญหาการตีความแบบผิวเผิน และทำให้การวิเคราะห์เชื่อมต่อการวางกลยุทธ์ได้อย่างเป็นระบบ (นิตยา คลังเพชร, 2567)

อย่างไรก็ตาม การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด โดยเฉพาะการทำตลาดเฉพาะบุคคล (Personalization) จำเป็นจะต้องอยู่ภายใต้กรอบความรับผิดชอบต่อความเป็นส่วนตัวและความโปร่งใส เพราะถึงแม้ว่าองค์กรจะได้รับประโยชน์จากการใช้ข้อมูลของลูกค้า แต่ถ้าหากขาดจริยธรรมและธรรมาภิบาลข้อมูล อาจทำให้เกิดผลกระทบด้านความเชื่อมั่นและผลกระทบเชิงสังคมได้ (วิภาวี พิจิตบันดาล และคณะ, 2568) ดังนั้น ในเชิงการศึกษา ควรบ่มเพาะความรู้ความเข้าใจด้านข้อมูล (Data Literacy) ให้เกิดขึ้นควบคู่กับความฉลาดรู้ด้านจริยธรรม (Ethical Literacy) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ได้อย่างสมดุล

8. ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) กับการสร้างกลยุทธ์การตลาด (AI for Marketing Strategy)

เมื่อมีข้อมูลมหัต (Big Data) เป็นฐานข้อมูลลูกค้าจำนวนมาก ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) จะทำหน้าที่เป็นตัวเร่งให้การตลาดดิจิทัลก้าวข้ามจากการตัดสินใจเชิงประสบการณ์ไปสู่การตัดสินใจเชิงคาดการณ์ (Predictive) และเชิงแนะนำ (Prescriptive) มากขึ้น โดยปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) จะประมวลผลข้อมูลเหล่านั้น ค้นหารูปแบบที่ซับซ้อน และสนับสนุนการตัดสินใจในประเด็นสำคัญ เช่น การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย การคาดการณ์แนวโน้มการตอบสนอง และการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะกับบริบทแบบเรียลไทม์ (นิตยา คลังเพชร, 2567) สำหรับการเรียนการสอนจึงควรเน้นให้สามารถยกระดับของการคิดเชิงกลยุทธ์ โดยผู้เรียนต้องสามารถตั้งโจทย์ กำหนดเกณฑ์ความสำเร็จ และตรวจสอบความสมเหตุสมผลของผลลัพธ์ได้

การบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับการตลาดให้เป็นระบบ สามารถจัดวางบทบาทในการสร้างกลยุทธ์ประกอบด้วย 4 มิติ ดังนี้

1. แบ่งส่วนตลาดและการกำหนดเป้าหมาย (Segmentation and Targeting)

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยให้การแบ่งข้อมูลกลุ่มลูกค้าเปลี่ยนจากการใช้ตัวแปรประชากรศาสตร์อย่างเดียว ไปสู่การแบ่งกลุ่มจากพฤติกรรมจริงและสัญญาณในบริบทดิจิทัล เช่น รูปแบบการมีส่วนร่วม ความไวต่อโปรโมชั่น ช่วงเวลาที่ตอบสนองต่อคอนเทนต์ และความสม่ำเสมอของการซื้อซ้ำ ส่งผลให้การกำหนดเป้าหมายและการใช้งบประมาณมีความแม่นยำขึ้น งานศึกษาในบริบทผู้ประกอบการไทยสะท้อนว่า “การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI)” และ “การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล”

มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) จะสร้างคุณค่าได้สูงเมื่อถูกใช้ภายใต้กลยุทธ์ที่ชัดเจน (ศิริอมร กาวีระ และ ภัทรนันท์ กัญจนวิภากร, 2568)

2. กลยุทธ์คอนเทนต์และการสื่อสารแบรนด์ (Content and Brand Communication Strategy)

การจัดการเรียนการสอนควรเน้นให้ผู้เรียนสามารถกำหนดกรอบข้อความหลักของแบรนด์ (Brand Message Frame) สร้างเกณฑ์ประเมินคุณภาพคอนเทนต์ และตรวจสอบความเหมาะสมเชิงจริยธรรมก่อนนำไปใช้งานจริง ถ้าผู้เรียนขาดทักษะการประเมินและตรวจสอบผลลัพธ์อย่างมีวิจารณญาณอาจนำไปสู่ความเสี่ยงหรือเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล หรืออาจทำให้การสื่อสารไม่เหมาะสมได้ (นิตยา คลังเพชร, 2567)

3. การเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญและการเรียนรู้แบบวนรอบ (Campaign Optimization and Iterative Learning)

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยสนับสนุนการปรับแคมเปญอย่างต่อเนื่องผ่านการวิเคราะห์ผลลัพธ์และการเปรียบเทียบทางเลือก เช่น การเลือกช่วงเวลาเผยแพร่ การปรับกลุ่มเป้าหมายย่อย และการประเมินประสิทธิภาพของข้อความหรือครีเอทีฟหลายเวอร์ชัน แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการเรียนรู้แบบ “ทดลอง-วัดผล-ปรับปรุง” (Test-Measure-Iterate) ซึ่งเป็นทักษะสำคัญของนักการตลาดดิจิทัล โดยกรณีศึกษาการสื่อสารการตลาดผ่าน Facebook แสดงให้เห็นว่า การใช้ข้อมูลผลลัพธ์จากแพลตฟอร์มเพื่อวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์สามารถช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงขึ้น (คุณัชชา ยอดมงคล และ ชุตินา เกศดาญรัตน์, 2567) ในทางการสอนควรออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนฝึกตั้งสมมติฐาน สร้างแผนการทดสอบ และสรุปข้อเสนอเชิงกลยุทธ์จากข้อมูลจริงอย่างเป็นระบบ

4. ธรรมาภิบาลข้อมูล ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Data Governance, Transparency, and Responsibility)

ในมิติการศึกษาควรกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ครอบคลุมทั้งความสามารถด้านเทคนิคและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างนักการตลาดดิจิทัลที่มีคุณภาพและยั่งยืน

การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) เพื่อการตลาดเฉพาะบุคคล (Personalization) และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเชิงลึกมีประสิทธิภาพสูงมาก แต่เสี่ยงต่อการละเมิดความเป็นส่วนตัวด้วยเช่นกัน ซึ่งอาจการสร้างผลกระทบเชิงลบต่อประสบการณ์ผู้บริโภคได้ ดังนั้น การตลาดเฉพาะบุคคลจึงควรเน้นย้ำความจำเป็นของการกำกับดูแลข้อมูลและการใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรมเพื่อรักษาความไว้วางใจในระยะยาว (วิภาวี พิจิตบันดาล และคณะ, 2568)

การบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) ในการศึกษาการตลาดดิจิทัลไม่ใช่การเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน แต่เป็นการยกระดับสมรรถนะเชิงกลยุทธ์ของผู้เรียนผ่านการใช้ข้อมูลอย่างเป็นระบบ การทดลองเชิงหลักฐาน และการคำนึงถึงจริยธรรมและธรรมาภิบาลข้อมูล เมื่อผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงข้อมูลลูกค้า การวิเคราะห์เชิงดิจิทัล และบทบาทของปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ากับการตัดสินใจทางการตลาดได้อย่างมีเหตุผล จะเป็นฐานสำคัญในการต่อยอดสู่กรอบบูรณาการได้เป็นอย่างดี

9. สมรรถนะผู้ประกอบการและความยั่งยืน (Entrepreneurial Competency and Sustainability)

สมรรถนะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Competency) ในยุคดิจิทัลมิได้จำกัดอยู่เพียงทักษะการสร้างและบริหารธุรกิจ แต่ยังรวมถึงความสามารถในการบูรณาการองค์ความรู้จากหลายสาขาเพื่อสร้างคุณค่าใหม่ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการที่มีสมรรถนะสูงต้องสามารถ

ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีและการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่มีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Hisrich & Ramadani, 2020)

การพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการที่ยั่งยืนจึงต้องเน้นการเสริมสร้างทักษะเชิงบูรณาการ ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking), การแก้ปัญหาเชิงซับซ้อน (Complex Problem-solving), และการตัดสินใจเชิงจริยธรรม (Ethical Decision-Making) ซึ่งปัญญาประดิษฐ์ (AI) สามารถช่วยจำลองสถานการณ์ธุรกิจและให้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อฝึกฝนทักษะเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Marques, 2021) ผู้ประกอบการไทยที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนในลักษณะนี้จะสามารถเชื่อมโยงความรู้ด้านบัญชีเพื่อสร้างความโปร่งใสทางการเงิน และใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างยั่งยืน (Nguyen et al., 2022)

นอกจากนี้ สมรรถนะผู้ประกอบการยังต้องครอบคลุมการสร้างนวัตกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อออกแบบโมเดลธุรกิจที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการสร้าง “Smart & Sustainable Society” ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาในศตวรรษที่ 21 (World Economic Forum, 2023) ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ากับการศึกษาด้านบัญชีและการตลาดดิจิทัล จึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการที่มีสมรรถนะยั่งยืนและสามารถขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสังคมและเศรษฐกิจในอนาคต

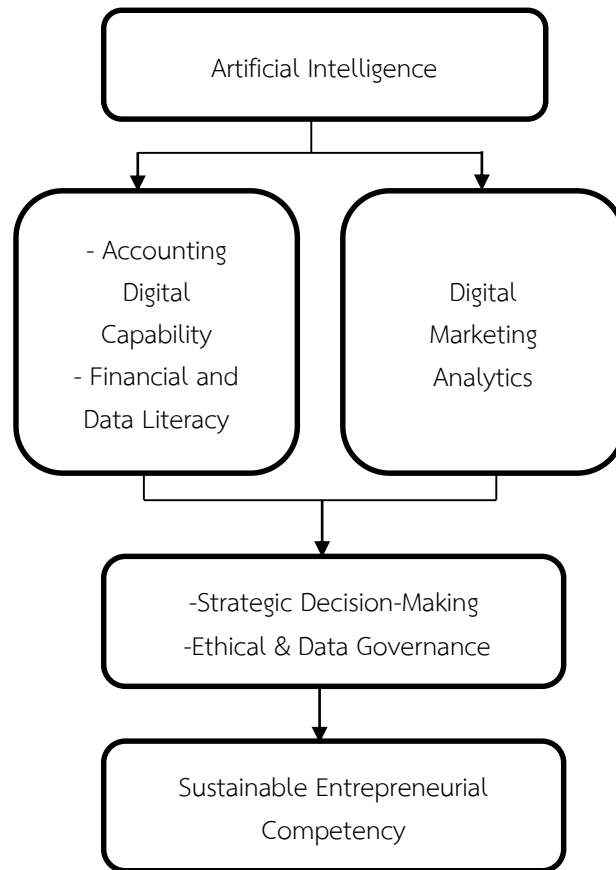
10. บทบาทของการบูรณาการพหุสาขาในการพัฒนาผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล (Roles of Multidisciplinary Integration in Developing Entrepreneurs in the Digital Era)

ในยุคดิจิทัล ผู้ประกอบการต้องปรับตัวจากการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมสู่การใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีเป็นฐานในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะการบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ากับการเรียนรู้ด้านบัญชีและการตลาดดิจิทัล ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างสมรรถนะที่ยั่งยืนและแข่งขันได้ในระดับสากลการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ไม่เพียงแต่เพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและพฤติกรรมผู้บริโภค แต่ยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบโมเดลธุรกิจที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ (PwC Thailand, 2025)

บทบาทสำคัญของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล คือ การเป็น “ผู้บูรณาการ” (Integrator) ที่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้จากหลายสาขา ทั้งด้านการเงิน การตลาด และเทคโนโลยี เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ธุรกิจและสังคม การเรียนรู้แบบบูรณาการที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นเครื่องมือสนับสนุน จึงช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การแก้ปัญหาเชิงซับซ้อน และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Fourrage, 2025)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีบทบาทในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคม โดยการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อสร้างธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่โปร่งใสและยั่งยืน หรือการใช้ระบบบัญชีดิจิทัลที่ช่วยให้การจัดการทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้าง “Smart & Sustainable Society” ที่เน้นการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความสามารถทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม (Bangkok University, 2025)

ดังนั้น บทบาทของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลจึงไม่ใช่เพียงการสร้างธุรกิจเพื่อผลกำไร แต่ยังเป็น การสร้างระบบนิเวศทางการเรียนรู้ที่บูรณาการ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ากับการศึกษาและการปฏิบัติจริง เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่ยั่งยืนและตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจในอนาคต ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: แสดงกรอบแนวคิดการบูรณาการการสอนด้วยปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน

สรุปผล

การบูรณาการด้วยการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการจัดการเรียนการสอนด้านบัญชีและการตลาดดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืนในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล ผลการสังเคราะห์เชิงแนวคิดสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21 ไม่สามารถอาศัยองค์ความรู้แบบแยกส่วนระหว่างบัญชีและการตลาดได้อีกต่อไป แต่จำเป็นต้องเชื่อมโยงข้อมูลทางการเงิน พฤติกรรมผู้บริโภค และการวิเคราะห์เชิงดิจิทัลเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นตัวเร่งในการยกระดับการเรียนรู้ โดยช่วยให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ คาดการณ์แนวโน้มธุรกิจ จำลองสถานการณ์ และตัดสินใจบนฐานข้อมูลที่มีหลักฐานรองรับ (Evidence-based Decision Making) ขณะเดียวกัน การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างมีประสิทธิภาพต้องอยู่ภายใต้กรอบจริยธรรม ความโปร่งใส และธรรมาภิบาลข้อมูล เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวและการพึ่งพาเทคโนโลยีโดยขาดวิจารณญาณ

การบูรณาการองค์ความรู้ด้านบัญชี การตลาดดิจิทัล ทักษะทางการเงิน (Financial Literacy) และการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ภายใต้กรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) จะช่วยสร้างผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ

ข้อเสนอแนะ

บทความนี้เป็นบทความวิชาการเชิงแนวคิด (Conceptual Paper) ที่ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการสังเคราะห์วรรณกรรม (Literature Synthesis) เป็นเครื่องมือหลักในการพัฒนาแนวคิด แม้ว่ากรอบแนวคิด "AI-Enhanced Learning" ที่นำเสนอจะมีความสมเหตุสมผลทางทฤษฎีและได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (เช่น งานของ Alahmed, 2025; Al-Okaily, 2024) แต่ยังคงขาด "การพิสูจน์เชิงประจักษ์" (Empirical Validation) ในบริบทของห้องเรียนจริง ตามภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการบูรณาการการสอนด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน ยังไม่ผ่านการทดสอบในสภาพแวดล้อมที่มีการควบคุมตัวแปร (Controlled Environment) ดังนั้น ผลลัพธ์ที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้น เช่น การเพิ่มขึ้นของสมรรถนะผู้ประกอบการ หรือความสามารถในการทำกำไรที่ยั่งยืน ยังคงเป็นสมมติฐานทางวิชาการ (Academic Hypothesis) ที่ต้องการการพิสูจน์ การนำไปใช้จริงอาจเผชิญกับตัวแปรแทรกซ้อนที่บทความนี้ไม่ได้ครอบคลุม เช่น วัฒนธรรมองค์กรของสถาบันการศึกษา หรือแรงต้านการเปลี่ยนแปลงจากผู้สอน

เอกสารอ้างอิง

- คุณชชา ยอดมงคล และ ชุติมา เกศดาญรัตน์. (2567). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลวิเคราะห์และส่งเสริมการขายผ่านช่องทาง Facebook ของผลิตภัณฑ์พื้นไม้ Ultra engineered ของบริษัท โอทูอี ซัพพลาย จำกัด. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 23(1), 249–262.
- จักรกฤษ โภคินรัมย์. (2568). การปรับตัวของธุรกิจการศึกษาในยุคดิจิทัล. *วารสารปัญญาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Wisdom Journal of Humanities and Social Sciences)*, 2(4), 49–55.
- นิตยา คลังเพชร. (2567). การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตลาดดิจิทัล. *วารสาร มจร. อุบลปริทรรศน์*, 9(2), 2545–2553.
- พัทธมน บุญยราศรี, กัสมา กาซอ, นีรุทธิ์ ชัยโชค, และ นิสารัตน์ ไชยวงศ์ศักดิ์. (2567). การเพิ่มศักยภาพทางการบัญชีและการตลาดสมัยใหม่เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนที่มีประสิทธิผลสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเชียงราย. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(3), 1543–1559.
- วิศยา พรพิพัฒน์กุล. (ม.ป.ป.). *นักบัญชีบริหารในยุคดิจิทัล* [PDF]. สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. <https://www.tfac.or.th/upload/9414/8V3tBPnovB.pdf>
- วิภาวี พิจิตต์บัณฑิต, ชาญสิทธิ์ เจริญธรรมานนท์, และ ธนศักดิ์ วหาวิศาล. (2568). การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อการตลาดแบบเฉพาะบุคคล: จริยธรรมและประสิทธิผล. *วารสารโพบิตศาสตร์ปริทัศน์*, 5(2), 73–84.
- ศศิพิสุทธิ์ หงษ์สมบัติ, สุภาวดี อีสณพงษ์, รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์, และ ศศิพิมพ์มาศ หงษ์สมบัติ. (2568). สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 13(3), 343–352.
- ศิริอมร กาวีระ และ ภัทรนันท์ กัญจน์วิภาพร. (2568). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 5(2), 1045–1063.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2564, 8 มกราคม). *การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลสำหรับนักบัญชีในยุคดิจิทัล*. <https://www.tfac.or.th/en/Article/Detail/135088>



- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ สิบสาม พ.ศ. 2566–2570*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Alahmed, M. A. (2025). Accounting academics' use of generative AI-based tools: A technology acceptance perspective. *Journal of International Education in Business*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JIEB-09-2024-0129>
- Al-Okaily, M. (2024). Artificial intelligence and its applications in the context of accounting and disclosure. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 26(4), 369–388. <https://doi.org/10.1108/DPRG-02-2024-0027>
- Bangkok University. (2025). *AI engineering and entrepreneurship joint degree program*. Bangkok University.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. W. W. Norton & Company.
- Feliciano-Cestero, M. M., Ameen, N., Kotabe, M., Paul, J., and Signoret, M. (2023). Is digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization. *Journal of Business Research*, 157, 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113546>
- Fourrage, L. (2025). *The complete guide to using AI as a marketing professional in Thailand*. Nucamp.
- Hisrich, R. D., & Ramadani, V. (2020). *Entrepreneurship and sustainability: Frameworks for developing entrepreneurial competencies*. Springer.
- Marques, J. (2021). *The Routledge companion to mindfulness at work*. Routledge.
- Nguyen, T., Simkin, L., and Canh, N. T. (2022). Digital marketing, sustainability, and entrepreneurial education: An integrated perspective. *Journal of Business Research*, 145, 678–690.
- OECD. (2021). *OECD skills outlook 2021: Learning for life*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/0ae365b4-en>
- PwC Thailand. (2025, January 31). *PwC Thailand predicts surge in GenAI adoption and integration in 2025*. <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2025/press-release-31-01-25-en.html>
- World Economic Forum. (2023). *Future of business: Building sustainable entrepreneurial ecosystems with AI*. World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2023, April 30). *The future of jobs report 2023*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023/>

แรงจูงใจในการทำงานในองค์กรญี่ปุ่นของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษามหาวิทยาลัย
ของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

WORK MOTIVATION IN JAPANESE ORGANIZATIONS AMONG JAPANESE STUDIES
GRADUATES: A CASE STUDY OF A PUBLIC UNIVERSITY IN BANGKOK METROPOLIS

พันธ์ทิพย์ สิริโชคชัยกุล^{1*} และธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร²
Phanthip Sirichokchaikul^{1*} and Thanasit Phoemphan²

^{1,2} คณะการจัดการธุรกิจบริการ โรงแรม และการบิน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
^{1,2} Faculty of Hospitality and Aviation Management, Panyapiwat Institute of Management
*Corresponding Author, E-mail: phanthip.s1999@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานในองค์กรญี่ปุ่นของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และเพื่อสังเคราะห์นัยเชิงการพัฒนาหลักสูตรจากประสบการณ์การทำงานของบัณฑิตและมุมมองนายจ้าง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งระยะในการวิจัยทั้งหมด 2 ระยะ ในระยะที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นที่จบการศึกษาในช่วงปีพ.ศ. 2563-2567 โดยปัจจุบันยังคงทำงานอยู่ในองค์กรญี่ปุ่นในประเทศไทย และทำงานร่วมกับชาวญี่ปุ่น รวมถึงใช้ภาษาญี่ปุ่นในการทำงาน จำนวน 20 คน 2) กลุ่มผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กรญี่ปุ่นที่เปิดรับบัณฑิตที่มีความรู้ด้านภาษาญี่ปุ่นเข้าทำงาน และมีความเข้าใจในลักษณะงาน ความต้องการของบุคลากรกลุ่มดังกล่าว จำนวน 2 คน และในระยะที่ 2 เป็นการสนทนากลุ่มกับอาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการออกแบบ พัฒนา และปรับปรุงหลักสูตร จำนวน 3 คน

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นในองค์กรญี่ปุ่นสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประการหลัก ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2) ความแตกต่างทางวัฒนธรรมการทำงานและนโยบายการบริหารขององค์กร 3) ค่าตอบแทน โดยแรงจูงใจเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจคงอยู่กับองค์กร ขณะที่ผลวิจัยจากมุมมองของผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กรญี่ปุ่น พบว่า องค์กรมีความคาดหวังต่อบัณฑิตในด้านทักษะภาษาญี่ปุ่น ความเข้าใจวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น การทำงานเป็นทีม และการปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยแนวทางในการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนการทำงานของหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่นสามารถสอดแทรกเป็นเนื้อหาหรือกิจกรรมเสริมอยู่ในรายวิชาเรียนรวมถึงการสหกิจศึกษา กรณีที่มีการจัดเป็นกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงาน ควรมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างเฉพาะด้านในประเด็นที่นักศึกษายังขาดความเข้าใจ และการเชื่อมโยงความรู้ในห้องเรียนสู่การประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง โดยกำหนดประเด็นในการพัฒนาจากความคิดเห็นของสถานประกอบการที่นักศึกษาไปฝึกงานร่วมด้วย และพิจารณาถึงรูปแบบ ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม รวมถึงผลลัพธ์จากการจัดกิจกรรมดังกล่าว

คำสำคัญ: แรงจูงใจ องค์กรญี่ปุ่น บัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น



Abstract

This study aimed to examine work motivation among Japanese language graduates employed in Japanese organizations, at a public university in Bangkok, and to synthesize curriculum development implications from graduates' work experiences and employer perspectives. A qualitative research methodology was employed, with the study divided into two phases. Phase 1 consisted of in-depth interviews with two groups of participants: 1) twenty Japanese language graduates who completed their studies between 2020–2024 and are currently working in Japanese organizations in Thailand, collaborating with Japanese colleagues and using Japanese in their daily work, and 2) two human resources managers from Japanese organizations that recruit Japanese-proficient graduates and have an in-depth understanding of the roles and needs of such personnel. Phase 2 involved a focus group discussion with three Japanese language program instructors at a public university in Bangkok, who play a key role in designing, developing, and improving the curriculum.

The findings revealed that work motivation among Japanese language graduates in Japanese organizations can be categorized into three main factors: 1) interpersonal relationships, 2) differences in work culture and organizational management policies, and 3) compensation. These factors play a significant role in graduates' decisions to remain with their organizations. From the perspective of human resources managers in Japanese organizations, employers expect graduates to possess Japanese language proficiency, an understanding of Japanese work culture, teamwork skills, and the ability to adapt when working with others. Regarding career readiness activity guidelines for the Japanese language program, preparation content or supplementary activities can be integrated into existing courses and cooperative education. If dedicated career readiness activities are organized, they should focus on targeted development in areas where students lack understanding and on bridging classroom knowledge to real-world application, with development topics informed by feedback from internship host organizations. Consideration should also be given to the format and timing of such activities to ensure they do not overlap with cooperative education periods, as well as to the intended outcomes of the activities.

Keywords: Motivation, Japanese Organization, Japanese Studies Graduates

บทนำ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในจุดหมายสำคัญที่กลุ่มทุนจากหลากหลายประเทศให้ความสนใจในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการลงทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มทุนที่มีบทบาทอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ประเทศไทยยังเป็นที่ตั้งฐานการดำเนินงานของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น จำนวนกว่า 5,856 บริษัท (องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น [JETRO] สำนักงานกรุงเทพฯ, 2564)

โดยบริษัทเหล่านี้มีส่วนการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจครอบคลุมทั้งใน อุตสาหกรรมภาคการผลิต และ อุตสาหกรรมที่มีใช้ภาคการผลิต (ภาคบริการและอื่น ๆ) สะท้อนให้เห็นถึงความลึกและความหลากหลายของการลงทุนจากญี่ปุ่นในระบบเศรษฐกิจไทย

จากการลงทุนของภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีการจัดการบุคลากร ที่มีคุณสมบัติในการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น ในทัศนะของผู้ประกอบการองค์กรสัญชาติญี่ปุ่นที่ดำเนินกิจการในประเทศไทย (ทัศนีย์ เมธาพิสิฐ และ ยูมิโกะ ยามาโมโตะ, 2561) โดยปรากฏข้อมูลจากเว็บไซต์จัดหางานเฉพาะทางอย่าง WakuWaku ที่ระบุว่า มีตำแหน่งงานที่เปิดรับทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับผู้ที่มีทักษะภาษาญี่ปุ่นโดยเฉพาะ ซึ่งตำแหน่งงานที่ต้องการดังกล่าวมีความหลากหลายในหลายสายงาน เช่น งานฝ่ายขาย การตลาด ที่ปรึกษา ล่าม ประสานงานฝ่ายขาย ฝ่ายบุคคลและธุรการ เลขานุการ และวิศวกรรม เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การทำงานในองค์กรญี่ปุ่นยังมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากองค์กรทั่วไปในด้าน วัฒนธรรมการทำงานที่มีความเข้มงวดในวินัยการทำงาน ความคาดหวังที่สูงต่อความรับผิดชอบในหน้าที่ และ บรรทัดฐานทางวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งอาจสร้างความกดดันในการทำงาน โดยเฉพาะในกลุ่มบุคลากรที่มีทักษะ ภาษาญี่ปุ่นซึ่งต้องรับบทบาทสำคัญหลายด้าน แม้จะมีความเข้าใจในภาษาและวัฒนธรรม แต่ในการปฏิบัติงานจริงยังคงต้องเผชิญความท้าทายจากวิธีการ รวมถึงวิธีการสื่อสารในการทำงานของคนญี่ปุ่นที่โดยส่วนใหญ่แล้ว จะไม่สื่อสารตรง ๆ จึงทำให้ผู้ฟังตัดสินใจได้ยากและต้องตีความคำพูดดังกล่าว (Hagiwara, 2015)

เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานจากบริษัทญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยในประเทศไทยกว่า 40 แห่ง จึงได้เปิดหลักสูตรภาควิชาภาษาญี่ปุ่นในระดับอุดมศึกษา (Japan Foundation, 2024) ซึ่งสอดคล้องกับ แนวโน้มที่นักศึกษาเอกภาษาญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเข้าทำงานในสถานประกอบการสัญชาติญี่ปุ่นหลังสำเร็จ การศึกษา (ทัศนีย์ เมธาพิสิฐ และ ยูมิโกะ ยามาโมโตะ, 2561) ซึ่งบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชาเอก ภาษาญี่ปุ่นมักได้รับความคาดหวังให้ทำหน้าที่เป็น "สะพานเชื่อม" (Bridge) ระหว่างพนักงานชาวไทยกับฝ่าย บริหารชาวญี่ปุ่นภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริษัทญี่ปุ่นที่ประกอบกิจการในประเทศไทย (รัชณี ปิยะธำรงค์ชัย, 2561) โดยหน้าที่หลักหรือส่วนหนึ่งของบุคลากรกลุ่มนี้จึงมักเกี่ยวข้องข้องกับการแปลภาษา การถ่ายทอดวัฒนธรรม และการประสานงานภายในองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมี ประสิทธิภาพสูงสุด

แม้ว่าบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นจะมีความรู้ความเข้าใจด้านภาษา แต่ในการทำงานจริงอาจต้องเผชิญ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่อยู่นอกเหนือจากองค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา ซึ่งอาจนำไปสู่ความไม่เข้าใจ หรือปัญหาในการทำงานร่วมกัน (เสาวลักษณ์ สารพงษ์, 2568) ภายใต้บริบทดังกล่าว แรงจูงใจในการทำงาน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความมุ่งมั่นและประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร โดยแรงจูงใจสามารถ เกิดจากทั้งปัจจัยภายในบุคคลและสิ่งแวดล้อมภายนอก (เพลินพิศ วิบูลย์กุล, 2558)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นจากมหาวิทยาลัยของรัฐ แห่งหนึ่ง ซึ่งสำเร็จการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2563–2567 และยังคงปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรญี่ปุ่น เพื่อวิเคราะห์ และทำความเข้าใจถึงแรงจูงใจในการทำงานในองค์กรญี่ปุ่นของบุคลากรกลุ่มดังกล่าว ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่าข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่น เพื่อเป็นแนวทางให้นักศึกษา รวมถึงคณาจารย์ในหลักสูตรภาษาญี่ปุ่นเข้าใจและเตรียมความพร้อมถึงลักษณะ การทำงานที่อาจพบเจอในภายภาคหน้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงาน ในองค์กรญี่ปุ่นของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยของรัฐ แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อสังเคราะห์นัยเชิงการพัฒนาหลักสูตรจากประสบการณ์การทำงานของบัณฑิตและมุมมองนายจ้าง

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือ สิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคล ทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันหรือกระตุ้นให้บุคคลแสดง พฤติกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ในอนาคต ทั้งนี้ หากผลลัพธ์หรือรางวัลที่คาดว่าจะได้รับมี คุณค่าหรือมีผลกระทบในทางบวกต่อบุคคลมากเท่าใด ก็จะมีส่งเสริมให้บุคคลนั้นมุ่งมั่น กระตือรือร้น และ ปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพมากยิ่งขึ้น

โดยทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานเกิดจากปัจจัยสองกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) และปัจจัย สุขอนามัย (Hygiene Factors) (Herzberg, 1959) โดยปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับลักษณะ ของงาน เช่น ความสำเร็จ การได้รับการยอมรับ ความก้าวหน้า ลักษณะงาน และความรับผิดชอบ ซึ่งส่งผลต่อ ความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานโดยตรง ขณะที่ปัจจัยสุขอนามัยเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการ ทำงาน เช่น นโยบายองค์กร การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สภาพการทำงาน ค่าตอบแทน สถานภาพ และความมั่นคงในการทำงาน ซึ่งมีบทบาทในการป้องกันความไม่พึงพอใจ กล่าวได้ว่า การสร้าง แรงจูงใจในการทำงานจำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้งต่อการออกแบบงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และการ จัดการสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างเหมาะสมควบคู่กัน (Nickerson, 2025)

2. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมการทำงานขององค์กรญี่ปุ่น

วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ระบบค่านิยม ความเชื่อ บรรทัดฐาน และรูปแบบพฤติกรรมที่สมาชิก ในองค์กรร่วมกันยึดถือ ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกในการควบคุมพฤติกรรมและสร้างเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร (สุนันทา เสี่ยงไทย, 2558; Schein, 1999; Kono, 2002)

สำหรับวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น มีรากฐานจากการให้คุณค่ากับความกลมกลืน ความ ร่วมมือ และความเป็นกลุ่ม ซึ่งสะท้อนผ่านโครงสร้างการจ้างงาน ระบบอาวุโส การตัดสินใจแบบกลุ่ม และการ ทำงานระยะยาว (Hiroko Nishida, 2019; Awamura, 2010) องค์กรญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับการทำงานเป็น ทีม การสื่อสารตามหลักโฮเร็นโซ (Ho-Ren-So) การฝึกอบรมภายใน และการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อคุณภาพและประสิทธิภาพในระยะยาว

อีกทั้ง วัฒนธรรมองค์กรญี่ปุ่นยังมีลักษณะเด่นที่ปรากฏในระบบอาวุโส การจ้างงานระยะยาว การ ประเมินผลในลักษณะทีมมากกว่ารายบุคคล และการให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานการทำงาน (SkillNabi, 2022; รังสรรค์ เลิศในสัตย์, 2555; วิลาสิณี ถิถาวร, 2564) วัฒนธรรมดังกล่าวล้วนส่งผลต่อการ ทำงานของบุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรญี่ปุ่นที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งจำเป็นต้อง อาศัยความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ (สุนันทา เสี่ยงไทย, 2558)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมในการทำงาน

การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงานมีความสำคัญต่อการพัฒนาเส้นทางอาชีพของบุคคล เนื่องจากช่วยให้สามารถเลือกอาชีพที่เหมาะสมกับความสามารถ บุคลิกภาพ และความสนใจของตนเอง อันนำไปสู่ความมั่นคงและความสำเร็จในอาชีพ การมีความรู้เกี่ยวกับโลกของการทำงาน ตลาดแรงงาน และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ช่วยส่งเสริมให้บุคคลสามารถปรับตัวและดำเนินชีวิตการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กองส่งเสริมการมีงานทำ กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2556)

สำหรับนักศึกษาสาขาภาษาญี่ปุ่นในระดับอุดมศึกษา รักชนก โสภภาพิต (2554) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการเตรียมความพร้อมก่อนการทำงานว่ามีความสำคัญต่อความสามารถในการปรับตัวและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ และชี้ให้เห็นว่า เจตคติในการทำงาน หลักสูตรควรพัฒนาทักษะให้แก่ศึกษาอย่างสมดุล เพื่อช่วยให้นักศึกษาสามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ สำหรับนักศึกษาในสาขาภาษาญี่ปุ่นนั้น การเตรียมความพร้อมก่อนการทำงานยังมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยศิริวรรณ มุนินทร์วงศ์ (2565) ได้กล่าวถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมก่อนการทำงานในกรณีของนักศึกษาสาขาภาษาญี่ปุ่นว่า มีความสำคัญต่อความสามารถในการปรับตัวและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ และชี้ให้เห็นว่า เจตคติในการทำงาน เช่น ความกระตือรือร้นใฝ่รู้ ความรับผิดชอบ บุคลิกภาพ การมีวินัย ทักษะการสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม เป็นคุณลักษณะสำคัญที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง รวมถึงทักษะเฉพาะด้าน เช่น ทักษะทางภาษา ทักษะด้าน IT และทักษะการทำงานเฉพาะตำแหน่ง มีความสำคัญแตกต่างกันตามลักษณะงาน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงาน พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาถึงแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กร แต่มีงานวิจัยบางส่วนที่ศึกษาถึงแรงจูงใจในการทำงานของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นโดยเฉพาะ โดยเสาวลักษณ์ สารพงษ์ (2568) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงาน ปัญหาและอุปสรรคภายใต้การทำงานข้ามวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นและการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจของบัณฑิตที่ทำงานบริษัทญี่ปุ่นในประเทศไทย ระบุตรงกันมากที่สุด คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต้องการทำงานที่ตรงกับสาขาที่เรียน ทั้งนี้ ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานข้ามวัฒนธรรม ได้แก่ อุปสรรคด้านความรู้และความคิด อันมีสาเหตุมาจากการไม่เข้าใจหรือไม่รู้ภาษาที่ใช้ร่วมกัน รวมถึงขาดความรู้ในวัฒนธรรมนั้น ๆ และอุปสรรคด้านทัศนคติและความรู้สึก อันมาจากการนำวัฒนธรรมของตนเองเป็นศูนย์กลางในการประเมินชาวญี่ปุ่น ก่อให้เกิดทัศนคติในแง่ลบ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยที่ศึกษาถึงแรงจูงใจในการทำงานเฉพาะกลุ่มบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นยังคงมีไม่มากนัก ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจในการทำงานในองค์กรญี่ปุ่นของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น เพื่อสังเคราะห์นัยเชิงการพัฒนาหลักสูตรจากประสบการณ์การทำงานของบัณฑิตและมุมมองนายจ้าง โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์ซเบิร์กและความแตกต่างทางวัฒนธรรมการทำงานขององค์กรญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์และเชื่อมโยงสู่วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผลการการศึกษาวิจัยที่นำเสนอในบทความครั้งนี้ เป็นการศึกษาดังแรงจูงใจในการทำงานในองค์กร ฎีปูนของบัณฑิตสาขาภาษาฎีปูน มหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานครและสร้างแนวทางในการจัด กิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มงานสำหรับนักศึกษาสาขาภาษาฎีปูนด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบ่งการวิจัยเป็น 2 ระยะ ดังนี้

1. ระยะที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากบัณฑิตสาขาภาษาฎีปูนและผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กรฎีปูน เพื่อศึกษาดังแรงจูงใจในการทำงาน ในองค์กรฎีปูนของบัณฑิตสาขาภาษาฎีปูน มหาวิทยาลัยของรัฐแห่ง หนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร

การศึกษาวิจัยในระยะที่ 1 มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยมีเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 กลุ่มที่ 1 บัณฑิตที่จบการศึกษาสาขาภาษาฎีปูนของมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง ใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งจบการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 และปัจจุบันยังคงทำงานอยู่ในองค์กรฎีปูนใน ประเทศไทย จากข้อมูลของมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 คน ที่จบการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 โดยปัจจุบันยังคงทำงานอยู่ ในองค์กรฎีปูนในประเทศไทย และทำงานร่วมกับชาวฎีปูน รวมถึงใช้ภาษาฎีปูนในการทำงาน

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นการสัมภาษณ์เพื่อศึกษามุมมอง เกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานในองค์กรฎีปูน โดยแนวคำถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและ ตำแหน่งงาน เงินเดือน และประสบการณ์การทำงานในองค์กรฎีปูน เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการ วิเคราะห์ผลการวิจัย

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานในองค์กรฎีปูน โดยมีแนวคำถามในการ สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นและถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานได้อย่างอิสระ

ในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รายบุคคลกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจให้ข้อมูล จำนวนทั้งสิ้น 20 คน และดำเนินการสัมภาษณ์ในรูปแบบ ออนไลน์ผ่านโปรแกรม Microsoft Teams ใช้ระยะเวลาประมาณ 30 นาที ถึง 60 นาทีต่อคน โดยผู้วิจัยทำ การบันทึกเสียงและจดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตลอดกระบวนการสัมภาษณ์

1.2 กลุ่มที่ 2 ผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กรฎีปูน ที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากร บุคคล จำนวน 2 คน ที่มีความเข้าใจในลักษณะงาน ความต้องการ และแรงจูงใจของบุคลากร โดยสามารถให้ข้อมูล เชิงลึกและมุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาดังนี้ได้อย่างรอบด้าน และอยู่ในองค์กรฎีปูนที่เปิดรับบัณฑิตที่มี ความรู้ด้านภาษาฎีปูนเข้าทำงาน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจาก ผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กรฎีปูนที่มีบัณฑิตสาขาภาษาฎีปูนเข้าทำงานอยู่หรือเคยฝึกงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กรฎีปูน เกี่ยวกับความคาดหวังของบัณฑิตสาขาภาษาฎีปูนในองค์กรฎีปูนใน มุมมองขององค์กรที่มีต่อบัณฑิต โดยมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

ในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รายบุคคลกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจให้ข้อมูล และดำเนินการสัมภาษณ์ในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Microsoft Teams ใช้ระยะเวลาประมาณ 30 นาที ถึง 60 นาทีต่อคน โดยผู้วิจัยทำการบันทึกเสียงและจดบันทึกข้อมูลที่ได้ตลอดการสัมภาษณ์

เมื่อสิ้นสุดการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มข้างต้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบดั้งเดิม (Conventional Content Analysis) โดยกระบวนการวิเคราะห์เริ่มจากการถอดเทปการสัมภาษณ์อย่างครบถ้วน จากนั้นผู้วิจัยอ่านข้อมูลซ้ำหลายครั้งเพื่อทำความเข้าใจบริบท ความหมาย ก่อนดำเนินการเปิดรหัสข้อมูล (Open Coding) โดยระบุประเด็น แนวคิด และความหมายที่ปรากฏร่วมกันจากข้อมูลดิบ แล้วนำรหัสที่มีความสัมพันธ์กันมาจัดกลุ่มเป็นหมวดหมู่ และสังเคราะห์เป็นประเด็นหลักที่สะท้อนรูปแบบหรือแนวโน้มที่เกิดขึ้นจากข้อมูล (Hsieh & Shannon, 2005 อ้างถึงใน จำเนียร จวงตระกูล) จากนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงและตีความภายใต้กรอบทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory) เพื่ออธิบายลักษณะของแรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงาน และความคาดหวังขององค์กรที่มีต่อบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นในบริบทของการทำงานในองค์กรญี่ปุ่น

2. ระยะที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากอาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่น เพื่อสังเคราะห์นัยเชิงการพัฒนาหลักสูตรจากประสบการณ์การทำงานของบัณฑิตและมุมมองนายจ้าง

ในระยะที่ 2 กลุ่มเป้าหมายเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการออกแบบ พัฒนา และปรับปรุงหลักสูตร ซึ่งสามารถสะท้อนความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการพัฒนาหลักสูตรหรือกิจกรรมเสริมต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากอาจารย์ประจำในสาขาภาษาญี่ปุ่นที่มีประสบการณ์ในการปรับปรุง พัฒนา หลักสูตร จำนวน 3 คน จากอาจารย์ประจำหลักสูตรทั้งหมด 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสัมภาษณ์โดยสร้างขึ้นจากผลการสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรหรือจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงาน (Career Readiness) ของหลักสูตร สาขาภาษาญี่ปุ่น โดยมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

ในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) ระยะเวลาสัมภาษณ์ประมาณ 60 นาที โดยผู้วิจัยบันทึกเทปและบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในระหว่างการสนทนากลุ่ม

เมื่อสิ้นสุดการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบกำหนดทิศทางล่วงหน้า (Directed Content Analysis) ซึ่งเป็นแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ใช้ในกรณีที่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาอยู่ก่อนแล้ว แต่ยังคงต้องการการอธิบายหรือขยายความให้ชัดเจนยิ่งขึ้น (Hsieh & Shannon, 2005 อ้างถึงใน จำเนียร จวงตระกูล) โดยอาศัยประเด็นหลักที่สังเคราะห์ได้จากผลการวิจัยในระยะที่ 1 เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยถอดเทปการสัมภาษณ์เพื่อทำความเข้าใจบริบทและความหมายของข้อมูลอย่างละเอียด แล้วจึงเข้ารหัสข้อมูล โดยใช้ประเด็นจากระยะที่ 1 เป็นแนวทางในการจัดหมวดหมู่เบื้องต้น และประเด็นย่อย

เพิ่มเติมจากความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล จากนั้นนำผลการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อสังเคราะห์เป็นแนวทางเชิงการพัฒนาหลักสูตรจากประสบการณ์การทำงานของบัณฑิตและมุมมองนายจ้าง

ผลการวิจัย

1. แรงจูงใจในการทำงาน ในองค์กรญี่ปุ่นของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

1.1 ผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

จากการการศึกษาคั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ทั้งหมด 20 คน โดยแบ่งตามคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ ปีที่จบการศึกษา เพศ ช่วงอายุ อาชีพและตำแหน่งงาน เงินเดือน ประสบการณ์การทำงานในองค์กรญี่ปุ่น จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า จากผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 20 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 15 คน เพศชาย 5 คน และมีช่วงอายุระหว่าง 25-27 ปีมากที่สุด จำนวน 13 คน รองลงมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 22-24 ปี จำนวน 4 คน และช่วงอายุระหว่าง 28-30 ปี จำนวน 3 คน

ด้านอาชีพและตำแหน่งงาน พบว่า ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในระดับ Staff จำนวน 18 คน โดยลักษณะงานของผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ครอบคลุมงานด้านล่าม การประสานงาน ธุรกิจการบุคคล การบริการลูกค้า และงานด้านการศึกษา รองลงมา คือ ระดับ Leader และ Assistant Manager มีจำนวนระดับละ 1 คน

ด้านค่าตอบแทน พบว่า ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้รับค่าตอบแทนในช่วง 30,001-35,000 บาท จำนวน 7 คน รองลงมา คือ กลุ่มที่ได้รับค่าตอบแทน มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 5 คน และผู้ที่ได้รับค่าตอบแทนในช่วง 25,000-30,000 บาท และ 35,001-40,000 บาท มีจำนวนช่วงละ 4 คน

ด้านประสบการณ์การทำงานในองค์กรญี่ปุ่น พบว่า ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 1-3 ปี จำนวน 9 คน รองลงมา คือ กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 7 คน และกลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงาน 3-5 ปี จำนวน 4 คน

ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจในการทำงานของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นในองค์กรญี่ปุ่นสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประการหลัก ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความแตกต่างทางวัฒนธรรมการทำงานและนโยบายการบริหารขององค์กร และค่าตอบแทน ซึ่งล้วนมีบทบาทต่อความพึงพอใจ ความตั้งใจในการทำงาน และการตัดสินใจคงอยู่ในองค์กรของบัณฑิตกลุ่มดังกล่าว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นปัจจัยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ โดยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสามารถแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้

1.1) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน: การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานที่มีความสามัคคี ให้ความช่วยเหลือในการทำงาน รวมถึงสามารถพูดคุยในเรื่องทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานได้ ช่วยสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี และส่งเสริมแรงจูงใจในการทำงานให้สามารถทำงานต่อไปได้ ตัวอย่างความคิดเห็น ได้แก่

“ในการทำงานต้องมีการประสานงานกับคนในทีมเสมอ สภาพแวดล้อมเลยเป็นเรื่องสำคัญ ตัวเนื้องานแม้จะเจอปัญหาหนัก แต่ถ้าเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานพร้อมช่วยกันแก้ไขก็จะทำให้ไม่รู้สึกรำคาญใจ”

(ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5/หญิง/25-27 ปี/ผู้ประสานงาน ระดับ Staff)

1.2 ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา: การทำงานภายใต้ผู้บังคับบัญชาที่มีความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และร่วมแก้ไขปัญหาในการทำงาน มีผลต่อแรงจูงใจทางบวกในการทำงานสำหรับบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น ในทางกลับกัน หากผู้บังคับบัญชาขาดการสนับสนุนในการทำงาน หรือใช้รูปแบบการบริหารที่สร้างความกดดัน ย่อมส่งผลให้เกิดแรงจูงใจทางลบ และลดทอนความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ตัวอย่างความคิดเห็น ได้แก่

“เคยมีหัวหน้าคนไทยที่ชอบกดดัน ตอนนั้นรู้สึกไม่ชอบทำงานที่นี้ต่อแล้ว แต่พอเปลี่ยนหัวหน้าคนไทยเป็นคนปัจจุบัน คอยชื่นชมสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เราทำในงาน หัวหน้าคนญี่ปุ่นก็คอยชื่นชมและไม่เคยกดดันเลย ก็รู้สึกว่าจะอยากทำงานที่นี้ต่อ ต่อให้เงินเดือนจะขึ้นไม่มากแต่ถ้ามีหัวหน้าที่ดีก็อยากทำงานที่นี้ต่อไป”
(ผู้สัมภาษณ์คนที่ 9/หญิง/25-27 ปี/ธุรการ ระดับ Staff)

2) ด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมการทำงานและนโยบายการบริหารขององค์กร ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น เช่น การทำงานอย่างเป็นระบบ การสื่อสารตามหลัก HORENSO และการทำงานเป็นทีม อย่างไรก็ตาม หากวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นขาดความยืดหยุ่นหรือไม่ปรับให้สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของคนไทย รวมถึงการสื่อสารของคนญี่ปุ่นที่มักสื่อสารแบบอ้อมค้อม อาจทำให้พนักงานชาวไทยเกิดความไม่มั่นใจในการตัดสินใจ จำเป็นต้องตีความต่อ รวมถึงสร้างความกดดันและความคาดหวังในการทำงานที่ค่อนข้างสูง ตัวอย่างความคิดเห็น ได้แก่

“บริษัทให้เวลาการทำงานที่ยืดหยุ่นมาก รู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ดีอยากสำหรับบริษัทญี่ปุ่น การทำงานเป็นระบบ มีขอบเขตงานที่ชัดเจน แต่ทัศนคติในการทำงานของคนญี่ปุ่นแตกต่างกับคนไทยมาก ๆ คนญี่ปุ่นจะยึดติดกับลำดับขั้นตอนและคิดละเอียดกว่าคนไทยเยอะ และชอบสื่อสารอ้อม ๆ หรือกดดันทางอ้อม ทำให้เราเครียดในการทำงาน”
(ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3/หญิง/ 28-30 ปี/ธุรการและประสานงาน ระดับ Staff)

“นโยบายของบริษัททำตามบริษัทแม่ที่ญี่ปุ่นมากเกินไปจนบางอย่างใช้ไม่ได้กับวัฒนธรรมการทำงานของคนไทย ทำให้บางเรื่องตัดสินใจทันทีไม่ได้ เพราะต้องผ่านการตัดสินใจหลายคน หลายขั้นตอน รู้สึกทำงานยาก”
(ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2/หญิง/28-30 ปี/ฝ่ายบุคคลและธุรการ ระดับ Staff)

3) ด้านค่าตอบแทน ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าค่าตอบแทนเป็นแรงจูงใจสำคัญในการตัดสินใจเข้าทำงานและคงอยู่กับองค์กรญี่ปุ่น โดยเฉพาะในกลุ่มบัณฑิตจบใหม่ ทั้งในรูปของฐานเงินเดือน สวัสดิการ และค่าภาษาญี่ปุ่น ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าองค์กรญี่ปุ่นให้ค่าตอบแทนที่สูงกว่าองค์กรสัญชาติอื่น ตัวอย่างความคิดเห็น ได้แก่

“บริษัทญี่ปุ่นมีฐานเงินเดือนสูง ยิ่งถ้าเราจบเอกญี่ปุ่นหรือได้ภาษาญี่ปุ่น ก็จะมีค่าภาษาเพิ่มให้ด้วย ทำให้ตอนเลือกงานก็จะเลือกบริษัทญี่ปุ่นก่อน”
(ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8/หญิง/25-27 ปี/ผู้ตรวจสอบคุณภาพ ระดับ Assistant Manager)

“บริษัทญี่ปุ่นให้เงินเดือนที่ดีกว่าบริษัทอื่นสำหรับเด็กจบใหม่ ตอนหางานก็ลองดูหลาย ๆ ที่ แต่ยังไงบริษัทญี่ปุ่นก็ให้เงินเยอะกว่าที่อื่น”

(ผู้สัมภาษณ์คนที่ 11/หญิง/25-27 ปี/ล่ามและประสานงาน ระดับ Staff)

1.2 ผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

จากการศึกษาในกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 2 มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 คน ซึ่งเป็นผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กรญี่ปุ่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 2 คนเป็นเพศหญิง และมีประสบการณ์การทำงานด้านฝ่ายบุคคลในองค์กรญี่ปุ่นที่แตกต่างกัน ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 มีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบุคคล 5 ปี และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 มีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบุคคล 15 ปี และมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการบุคลากรภายในองค์กรญี่ปุ่น และมีความเข้าใจในลักษณะงาน ความต้องการ รวมถึงแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร

ผลการศึกษาในมุมมองของฝ่ายบุคคลในองค์กรญี่ปุ่น พบว่า องค์กรมีความคาดหวังต่อบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นในหลายมิติ ได้แก่

1) ความคาดหวังด้านทักษะภาษาญี่ปุ่นและความสามารถในการปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรญี่ปุ่น โดยองค์กรคาดหวังให้บัณฑิตมีทักษะภาษาญี่ปุ่นในระดับที่สามารถสื่อสารและโต้ตอบได้อย่างเข้าใจ (Conversational Level) ทั้งการพูดและการเขียนโดยเฉพาะในบริบทการทำงาน สำหรับตำแหน่งงานด้านการขายหรือการประสานงาน องค์กรคาดหวังความสามารถทางภาษาในระดับการสื่อสารเชิงธุรกิจหรือระดับ JLPT N2 เพื่อลดความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญกับความเข้าใจวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น โดยเฉพาะการสื่อสารแบบ HORENSO การทำงานเป็นทีม และการปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร และเห็นว่าบัณฑิตควรยอมรับเงื่อนไขและวัฒนธรรมการทำงานที่ตกลงไว้ตั้งแต่ต้น แม้ว่าวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นจะแตกต่างจากของคนไทยก็ตาม

2) ความคาดหวังด้านทักษะอื่นนอกเหนือจากทักษะด้านภาษา นอกเหนือจากทักษะทางภาษา ผู้ให้สัมภาษณ์ยังคงให้ความสำคัญกับทักษะอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะทักษะการทำงานเป็นทีม การเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น การจัดการอารมณ์ภายใต้แรงกดดัน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และความสามารถในการปรับตัว เมื่อต้องทำงานร่วมกับบุคลากรที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม และทักษะด้านเทคโนโลยีพื้นฐาน เช่น การใช้โปรแกรม Microsoft Office โดยเฉพาะโปรแกรม Excel ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานภายในองค์กรญี่ปุ่นอย่างแพร่หลาย

นอกจากนี้ องค์กรยังมองว่าแรงจูงใจในการทำงานของบัณฑิตจะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนได้ เมื่อองค์กรมีการสนับสนุนการเรียนรู้ การพัฒนา และเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพอย่างชัดเจน

2. นัยเชิงการพัฒนาหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่นจากประสบการณ์การทำงานของบัณฑิตและมุมมองนายจ้าง

จากการศึกษาครั้งนี้ มีผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 3 คน ซึ่งเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการออกแบบพัฒนา และปรับปรุงหลักสูตร

1) ลักษณะการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงานของหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่นในปัจจุบัน หลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่นยังไม่ได้มีการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงาน เนื่องจากมีการสหกิจศึกษาอยู่แล้ว อีกทั้ง ได้มีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยบูรณาการองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการ

ทำงานผ่านรายวิชาต่าง ๆ อาทิ การเขียนอีเมล การแปล การล่าม การสรุปใจความการใช้ AI โดยสร้างความตระหนักและวิเคราะห์ความถูกต้องของคำตอบที่ได้จากการใช้งาน การทำความเข้าใจบริบทการทำงาน รวมถึงในบางรายวิชาได้มีการเชิญรุ่นพี่ที่มีประสบการณ์ทำงานจริงมาแบ่งปันประสบการณ์ในบางรายวิชา อย่างไรก็ตามทางผู้ให้สัมภาษณ์ยังมองว่า วิชาเรียนหรือกิจกรรมในปัจจุบัน อาจยังไม่ครอบคลุมถึงการเตรียมความพร้อมในบริบทการทำงานเป็นที่มาขององค์กรญี่ปุ่น การทำงานจริงร่วมกับชาวญี่ปุ่น

2) ประเด็นที่นักศึกษาสาขาภาษาญี่ปุ่นควรได้รับการพัฒนาจากความคิดเห็นของสถานประกอบการที่นักศึกษาร่วมฝึกงาน ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารและการปรับตัวในสังคมการทำงาน อาทิ ความกล้าในการสื่อสาร การเข้าสังคม และการซักถามเมื่อเกิดข้อสงสัย ตลอดจนการรับมือกับสถานการณ์ในการทำงานเมื่อไม่สามารถจับใจความจากการสื่อสารของชาวญี่ปุ่นได้ โดยมีตัวอย่างความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์จากการสนทนากลุ่ม ดังนี้ “จากที่ได้พูดคุยกับสถานประกอบการที่ส่งนักศึกษาไปฝึกงาน ก็ได้รับฟีดแบคส่วนหนึ่งมาว่านักศึกษายังไม่กล้าซักถาม ต้องปรับตัวเข้ากับสังคม”

นอกจากนี้ สถานประกอบการยังเห็นถึงช่องว่างด้านทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษา เช่น การใช้ระดับความสุภาพของภาษาญี่ปุ่นให้เหมาะสมกับบริบทและคู่สนทนา รวมถึงการเรียบเรียงข้อมูลในการรายงานหรือนำเสนองาน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า นักศึกษาบางส่วนยังไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้เรียนในห้องเรียนสู่การปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะมีทักษะภาษาญี่ปุ่นในระดับหนึ่งก็ตาม โดยมีตัวอย่างความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์จากการสนทนากลุ่ม ดังนี้

“นักศึกษามีความรู้และทักษะภาษาญี่ปุ่นอยู่แล้ว แต่คิดว่าพออยู่หน้างานจริงอาจจะยังไม่สามารถนำความรู้มาใช้ได้อย่างอัตโนมัติ”

“นักศึกษาสามารถนำเสนอในชั้นเรียนได้ แต่พออยู่ในบริบทการทำงาน ยังไม่รู้ขั้นตอนการนำเสนอ เช่น ไม่รู้ว่าต้องเกริ่นนำสิ่งที่จะนำเสนอวันนี้ก่อน”

ในขณะเดียวกัน ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้นักศึกษา โดยสามารถสอดแทรกเนื้อหา องค์ความรู้ หรือกิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบทการทำงานไว้ในรายวิชาต่าง ๆ ของหลักสูตร เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจในบริบทการทำงานเบื้องต้นอย่างถูกต้อง ตัวอย่างความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์จากการสนทนากลุ่มมีดังนี้ “มองว่าการไปสหกิจศึกษาน่าจะใกล้เคียงการสัมผัสประสบการณ์การทำงานจริงมากที่สุด แต่ก็ขึ้นอยู่กับสถานประกอบการที่เจอด้วยเช่นกัน และทางหลักสูตรเองก็มีการสอดแทรกความรู้ในการทำงานในรายวิชาเช่นกัน”

3) แนวทางการเตรียมความพร้อมในการทำงาน ควรมุ่งเน้นในด้านการเตรียมความพร้อมอย่างเฉพาะด้าน โดยพิจารณาถึงประเด็นที่นักศึกษาขาดความเข้าใจ และจำเป็นต้องเชื่อมโยงความรู้ในห้องเรียนสู่การประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง ตามมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์และความคิดเห็นจากสถานประกอบการที่ร่วมฝึกงาน ซึ่งเล็งเห็นถึงประเด็นที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา ได้แก่ ความเข้าใจและการปรับตัวกับวัฒนธรรมการทำงานและสังคมการทำงาน การสื่อสาร ซึ่งรวมถึงการใช้ระดับภาษาญี่ปุ่นให้เหมาะสมกับบริบทและคู่สนทนา ลำดับขั้นตอนในการเรียบเรียงข้อมูลให้คู่สนทนาเข้าใจได้อย่างถูกต้อง การตีความการสื่อสาร โดยเฉพาะรูปแบบการสื่อสารที่มีความหมายแฝง อ้อมค้อม (High-context Communication) ของคนญี่ปุ่น

อีกทั้ง ทางผู้ให้สัมภาษณ์ยังมองเห็นถึงประโยชน์ในการให้นักศึกษาได้มีความเข้าใจถึง ประสบการณ์การทำงานจริง รวมถึงแนวทางการรับมือในสถานการณ์ต่าง ๆ ในการทำงาน ผ่านการแบ่งปัน ประสบการณ์การทำงานจากรุ่นพี่หรือศิษย์เก่าในสายอาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่น เพื่อช่วยให้นักศึกษามี ความเข้าใจในบริบทการทำงานได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า หากมีการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงาน ของหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่น จำเป็นต้องพิจารณาถึงรูปแบบของกิจกรรม ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมที่ เหมาะสมและไม่ทับซ้อนกับช่วงสหกิจศึกษาและผลลัพธ์จากการจัดกิจกรรมดังกล่าว ตัวอย่างความคิดเห็นจาก การสัมภาษณ์จากการสนทนากลุ่มมีดังนี้ “ถ้ามีกิจกรรมที่ทำให้นักศึกษาตระหนักถึงความรู้ในการใช้งานจริง หรือเมื่อไปเจอการทำงานจริงจะใช้ความรู้นั้นได้อย่างไร ถ้ามีรุ่นพี่มาแบ่งปันประสบการณ์ให้รู้ว่าจะต้องเตรียม ตัวอย่างอะไรในการปรับใช้ความรู้กับหน้างานก็เป็นเรื่องที่ดี”

อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยแรงจูงใจในการทำงานในองค์กรญี่ปุ่นของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจในการทำงานในองค์กรญี่ปุ่นของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่น พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน ของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นที่เป็นกรณีศึกษาเชื่อมโยงกับทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory) ในด้านปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relations) ด้านนโยบายการบริหารขององค์กร (Company Policy and Administration) และด้านค่าตอบแทน (Compensation) โดยปัจจัยสุขอนามัยเป็นส่วนสำคัญในการป้องกันไม่ให้เกิดความไม่ พึงพอใจในงาน และมีความจำเป็น หากมีปัจจัยเหล่านี้ก็จะเป็นการง่ายที่จะจูงใจผู้ปฏิบัติงาน (นิตา ประพฤติ ธรรม, 2563) ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relations) โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่า ความสัมพันธ์ที่ดี ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการทำงาน ในขณะที่รูปแบบการ บริหารของผู้บังคับบัญชาที่ขาดการสนับสนุนหรือสร้างความกดดัน ส่งผลให้แรงจูงใจในการทำงานลดลง ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยสุขอนามัย ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งรวมถึงความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

1.2 ด้านนโยบายการบริหารขององค์กร (Company Policy and Administration) ซึ่งรวมถึง ความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น ทั้งนี้ หากวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นขาดความยืดหยุ่นหรือไม่ปรับให้สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรม ของคนไทย รวมถึงการสื่อสารที่อ้อมค้อม อาจทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการตัดสินใจ และอาจสร้างความ กัดดันและความคาดหวังในการทำงานที่ค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยสุขอนามัย ด้านนโยบายและการ บริหารขององค์กร โดยองค์กรที่มีนโยบายชัดเจนและเป็นธรรม มีความยุติธรรม ยืดหยุ่น และไม่เข้มงวดมาก เกินไป จะช่วยส่งเสริมความสงบเรียบร้อยในองค์กร และสอดคล้องกับในงานวิจัยของเสาวลักษณ์ สารพะพงษ์ (2568) ซึ่งพบว่าความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการทำงานของไทยและญี่ปุ่น ทั้งในประเด็นด้านภาษา วิธีคิด เรื่องความตรงต่อเวลา และวิธีคิดที่แตกต่างกันในเรื่องกระบวนการหรือขั้นตอนในการทำงาน ส่งผลให้เกิด ความเครียดและนำมาซึ่งอุปสรรคในการทำงานข้ามวัฒนธรรมสำหรับชาวไทย

1.3 ด้านค่าตอบแทน (Compensation) โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าเป็นแรงจูงใจสำคัญในการตัดสินใจเข้าทำงานและคงอยู่กับองค์กรญี่ปุ่น โดยเฉพาะในกลุ่มบัณฑิตจบใหม่ ทั้งในรูปของฐานเงินเดือน สวัสดิการ และค่าภาษาญี่ปุ่น ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยสุขอนามัย ด้านค่าตอบแทนที่ต้องเป็นธรรมและแข่งขันได้

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยจากมุมมองของผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กรญี่ปุ่น พบว่าองค์กรมีความคาดหวังต่อบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นในด้านทักษะภาษา ความเข้าใจวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งรวมถึง ความเข้าใจระบบการทำงานแบบญี่ปุ่น การทำงานเป็นทีม การปรับตัว และทักษะด้านเทคโนโลยีพื้นฐาน นอกจากนี้ ยังเห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานจะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนเมื่อองค์กรมีการสนับสนุนการเรียนรู้ การพัฒนา และเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพอย่างชัดเจน

2. แนวทางการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงานของหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่น

ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้นักศึกษา โดยสามารถสอดแทรกเนื้อหา องค์กรความรู้ หรือกิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบทการทำงานไว้ในรายวิชาต่าง ๆ ของหลักสูตร รวมถึงสหกิจศึกษา เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจในบริบทการทำงานเบื้องต้นอย่างถูกต้อง

กรณีที่มีการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงานเป็นกิจกรรมเสริมในหลักสูตร แนวทางการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงานควรมุ่งเน้นการพัฒนาในประเด็นที่นักศึกษายังขาดความเข้าใจ โดยพิจารณาประเด็นดังกล่าวจากความคิดเห็นจากสถานประกอบการที่นักศึกษาได้ฝึกงานร่วมด้วย อาทิ ความสามารถในการสื่อสารและการปรับตัวในสังคมการทำงาน ตลอดจนการรับมือกับสถานการณ์ในการทำงานเมื่อไม่สามารถจับใจความจากการสื่อสารของชาวญี่ปุ่นได้ และช่องว่างด้านทักษะการใช้ภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษา อาทิ การใช้ระดับความสุภาพของภาษาญี่ปุ่นให้เหมาะสมกับบริบทและคู่สนทนา รวมถึงการเรียบเรียงข้อมูลในการรายงานหรือนำเสนองาน เป็นต้น ซึ่งเป็นประเด็นที่นักศึกษาอาจยังไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้เรียนในห้องเรียนสู่การปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะมีทักษะภาษาญี่ปุ่นในระดับหนึ่งก็ตาม โดย วราลี จันทโร และ ธนภัส สนธิรักษ์ (2563) ระบุว่า การใช้ภาษาญี่ปุ่นในบริบทการทำงาน โดยเฉพาะการสนทนาเชิงธุรกิจที่ต้องเลือกใช้ระดับภาษาและความสุภาพให้สอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงการแปลและการล่ามอย่างถูกต้องและสละสลวย ยังคงเป็นปัญหาผู้เรียนเอกภาษาญี่ปุ่นในการฝึกงาน แม้ว่าประเด็นเหล่านี้จะเป็นเนื้อหาที่ได้ศึกษาในชั้นเรียนแล้วก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์การทำงานจริงมีความหลากหลายและซับซ้อนมากกว่าบริบทในห้องเรียน ความรู้ที่ได้รับจึงอาจไม่เพียงพอต่อการประยุกต์ใช้ภาษาญี่ปุ่นในการทำงานได้อย่างเหมาะสม

อีกทั้ง แนวทางการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงานควรส่งเสริมการเชื่อมโยงความรู้ในห้องเรียนสู่การประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากการถ่ายทอด แบ่งปันประสบการณ์การทำงานจริงจากรุ่นพี่หรือศิษย์เก่าในสายอาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่น ทั้งในด้านประสบการณ์ทำงาน รวมถึงการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ในการทำงาน อาจช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในบริบทการทำงานได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยรักชนก โสภาทิต (2554) ได้กล่าวถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมก่อนทำงานของนักศึกษา ว่าเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้นักศึกษาได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ทำให้เกิดความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริง มีโอกาสประยุกต์ความรู้และทักษะจากภาคทฤษฎีสู่การปฏิบัติ สามารถปรับตัวและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยให้นักศึกษามีเจตคติและความพร้อมตรงกับความต้องการขององค์กรผู้ใช้บัณฑิต และยังสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับองค์กรในการพัฒนาหลักสูตรและองค์ความรู้ให้เหมาะสมต่อการทำงานในอนาคต

อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมดังกล่าวจำเป็นต้องพิจารณาถึงรูปแบบ ระยะเวลา และช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้ทับซ้อนกับช่วงสหกิจศึกษา รวมถึงคำนึงถึงผลลัพธ์จากการจัดกิจกรรม

สรุปผล

สรุปผลการวิจัยในระยะที่ 1 พบว่า แรงจูงใจในการทำงานของบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นในองค์กรญี่ปุ่น มีความเชื่อมโยงกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมการทำงานและนโยบาย การบริหารขององค์กร ด้านค่าตอบแทน ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการคงอยู่กับองค์กรของบัณฑิตกลุ่มดังกล่าว สอดคล้องกับมุมมองขององค์กรที่คาดหวังให้บัณฑิตมีทักษะภาษา ความเข้าใจวัฒนธรรมการทำงาน แบบญี่ปุ่น และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งรวมถึงความเข้าใจระบบการทำงานแบบญี่ปุ่น การทำงานเป็น ทีม การปรับตัว และทักษะด้านเทคโนโลยีพื้นฐาน นอกจากนี้ ยังเห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานจะเกิดขึ้นอย่าง ยั่งยืน เมื่อองค์กรมีการสนับสนุนการเรียนรู้ การพัฒนา และเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพอย่างชัดเจน

สรุปผลการวิจัยในระยะที่ 2 พบว่า แนวทางการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงาน (Career Readiness) ของหลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่น สามารถบูรณาการเข้ากับรายวิชาในหลักสูตร รวมถึงการสหกิจ ศึกษา โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในประเด็นที่นักศึกษายังขาดความเข้าใจ และการเชื่อมโยงความรู้ในห้องเรียน สู่การประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง และใช้ข้อมูลจากสถานประกอบการที่รับนักศึกษาฝึกงานมา กำหนด ประเด็นในการพัฒนา รวมถึงการเปิดโอกาสให้ศิษย์เก่าในสายงานที่เกี่ยวข้องกับภาษาญี่ปุ่นได้ถ่ายทอด ประสบการณ์การทำงานแก่นักศึกษา ทั้งนี้ กรณีที่มีการจัดเป็นกิจกรรมเสริมในหลักสูตรจำเป็นต้องพิจารณา รูปแบบ ระยะเวลา และช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้ทับซ้อนกับช่วงสหกิจศึกษาและผลลัพธ์ที่ได้

เมื่อนำผลการวิจัยทั้งสองระยะมาสังเคราะห์ร่วมกัน พบนัยสำคัญเชิงการพัฒนาหลักสูตรสามประการ ประการแรก หลักสูตรสาขาภาษาญี่ปุ่นควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทั้งทักษะภาษาและความสามารถในการ ทำงานข้ามวัฒนธรรมควบคู่กัน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของบัณฑิตตามผลการวิจัยระยะ ที่ 1 และควรนำมาเป็นประเด็นหลักในการออกแบบกิจกรรมเตรียมความพร้อมตามแนวทางในระยะที่ 2 ประการที่สอง หลักสูตรควรเชื่อมโยงความคาดหวังขององค์กรกับกระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม โดยใช้ข้อมูลจากสถานประกอบการและประสบการณ์การทำงานของบัณฑิตในการกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ ของกิจกรรมเตรียมความพร้อม เพื่อให้ผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาสอดคล้องกับสิ่งที่ตลาดแรงงานต้องการ ประการที่สาม การจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการทำงานควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจใน เส้นทางอาชีพและแรงจูงใจในระยะยาว เพื่อให้บัณฑิตสามารถวางแผนการพัฒนาตนเอง และสอดคล้องกับ มุมมองขององค์กรในการรักษาบุคลากร ทั้งนี้ การออกแบบกิจกรรมดังกล่าวควรคำนึงถึงรูปแบบและช่วงเวลา ที่เหมาะสมตามที่ปรากฏในผลการวิจัยระยะที่ 2 เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นในมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานครเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมบัณฑิต จากสถาบันการศึกษาอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถสะท้อนภาพรวมของแรงจูงใจในการทำงาน ในองค์กรญี่ปุ่นของบัณฑิตได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมการมีงานทำ กรมการจัดหางาน. (2556). *การเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวเข้าสู่ตลาดแรงงาน*. กระทรวงแรงงาน.
- จำเนียร จวงตระกูล และ นวีสันนท์ วงศ์ประสิทธิ์. (2562). การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย*, 1(2), 9–22. <https://so10.tci-thaijo.org/index.php/paatj/article/view/285>
- ทัศนีย์ เมธาพิสิฐ และ ยูมิโกะ ยามาโมโตะ. (2561). อาชีพสำหรับนักศึกษาวิชาเอกภาษาญี่ปุ่นและความพร้อมในการเข้าสู่อาชีพ: กรณีศึกษาหัวข้อสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 2. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา*, 8(ฉบับพิเศษ), 219–233. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsn/article/view/158802/118665>
- นิตา ประพทธิธรรม. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. <https://ebook.lib.ku.ac.th/ebook27/ebook/2023RG0035/>
- เพลินพิศ วิบูลย์กุล. (2558). *แรงจูงใจ (Motives) และการจูงใจ (Motivation)*. NovaBizz. <https://www.novabizz.com/NovaAce/Motives.htm>
- รักชนก โสภากิจ. (2554). *การพัฒนารูปแบบการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพลำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2555). *เข้าใจการบริหารแบบญี่ปุ่น หรือพฤติกรรมการทำงานในองค์กรของคนญี่ปุ่น*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- รัชณี ปิยะธำรงค์ชัย. (2561). บทบาทและปัญหาความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการทำงานของล่ามภาษาญี่ปุ่นชาวไทยภายใต้บริบท “ความเป็นญี่ปุ่น”: กรณีศึกษาบริษัทญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมของไทย. *วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม*, 7(2), 51–90. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/gshskku/article/view/137056/117744>
- วราลี จันทโร และ ธนภัส สนธิรักษ์. (2563). การวิเคราะห์ปัญหาด้านการใช้ภาษาญี่ปุ่นที่พบในการฝึกงาน: กรณีศึกษาผู้เรียนวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา*, 10(1), 65-82. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsn/article/view/229966/165849>
- วิลาสณี ถิถาวร. (2564). *การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรญี่ปุ่นกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน บริษัทโตโยต้าทูโซ เอ็มแอนด์อี (ประเทศไทย) จำกัด* [สารนิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ มุนินทร์วงศ์. (2565). คุณลักษณะและทักษะที่สำคัญเพื่อการเตรียมความพร้อมก่อนการฝึกงาน: กรณีศึกษานักศึกษาฝึกงานสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา*, 12(2), 167–186. <https://www.jsat.or.th/wp-content/uploads/2022/12/Siriwons-article.pdf>
- สุนันทา เสียงไทย. (2558). การบริหารทรัพยากรมนุษย์แบบญี่ปุ่นในเมืองไทย. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, 32(2), 1–17. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/japanese/article/view/51118/42344>
- เสาวลักษณ์ สาระพงษ์. (2568). แรงจูงใจในการทำงาน ปัญหาและอุปสรรคภายใต้การทำงานข้ามวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นและการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, 15(1), 53–77. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsn/article/view/277259/188028>



- องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) สำนักงานกรุงเทพฯ. (2564). ผลการสำรวจ “แนวโน้มการลงทุนของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2563”. https://www.jetro.go.jp/ext_images/thailand/pdf/SumTHTrendSurveyofJapaneseCompaniesinThailand2020.pdf
- Hagiwara, T. (2015). Cross-cultural conflict facing a Thai global employee: An analysis of the interview after the third-month working in Japan. *Journal of the Faculty of International Communication, Yamanashi Prefectural University*, 10, 77–84. https://www.i-repository.net/il/meta_pub/G0000632repository_kgk2015007
- Japan Foundation. (2024). *本語教育 国・地域別情報 タイ (2023年度)*. <https://www.jpj.go.jp/jproject/japanese/survey/area/country/2023/thailand.pdf>
- Nickerson, C. (2025, April 18). *Herzberg’s two-factor theory of motivation-hygiene*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/herzbergs-two-factor-theory.html>
- Schein, E. H. (1999). *The corporate culture survival guide*. Jossey-Bass.
- スキルナビ. (2022, March 16.). *日本企業文化の特徴は？ 海外文化との比較で徹底解説*. <https://www.101s.co.jp/column/japanese-company-cultural-characteristics/>
- 阿波村 稔. (2010). 日本企業文化とビジネス文書に関する考察. *新潟大学国際交流支援センター紀要*, 6, 1–6.
- 河野 豊弘. (2002). 全社の企業文化と部門文化. *組織科学*, 27(2). https://www.jstage.jst.go.jp/article/soshikikagaku/27/2/27_20220630-110/_pdf/-char/ja
- 西田 裕子. (2019). 日本人の働き方と『働き方改革』□長時間労働の是正およびテレワーク導入の課題□. *Psychologist*, 9, 61–70.

การวิเคราะห์คดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวกับสื่อและสื่อมวลชน:
ศึกษาจากคำพิพากษาศาลฎีกา พ.ศ. 2558-2567

AN ANALYSIS OF DEFAMATION CASES UNDER THE CRIMINAL CODE RELATING
TO MEDIA AND MASS COMMUNICATION: A STUDY OF SUPREME COURT
JUDGMENTS FROM 2015–2024

นรินทร์ นำเจริญ
Narin Numcharoen

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University
Corresponding Author, E-mail: narin.num@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ว่าในระหว่าง พ.ศ. 2558-2567 มีการฟ้องร้องคดีหมิ่นประมาทที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชนถึงศาลฎีกาจำนวนกี่คดีและมีผู้ใดบ้างที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาลักษณะข้อความที่ถือว่าเข้าข่ายความผิดฐานหมิ่นประมาทตามการวินิจฉัยของศาลฎีกา เพื่อศึกษาเหตุแห่งการยกเว้นโทษหรือยกเว้นความผิด และเพื่อศึกษาบทลงโทษและการเยียวยาความเสียหายในกรณีที่ศาลวินิจฉัยว่าจำเลยกระทำความผิด ผลการวิจัยพบว่า ระหว่างปี พ.ศ.2558-2567 มีการฎีกาถึงศาลฎีกาในคดีเกี่ยวกับความผิดฐานหมิ่นประมาทที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชน จำนวน 14 คดี สื่อที่ถูกร้องเรียนเกือบทั้งหมด คือสื่อออนไลน์ โดยผู้ที่เป็นโจทก์ร้องเรียนมากที่สุด ได้แก่ นักการเมือง และข้าราชการที่มีตำแหน่งบริหาร คดีเหล่านี้ ศาลฎีกาตัดสินให้ยกฟ้อง 9 คดี (ร้อยละ 64.29) มีความผิด 5 คดี (ร้อยละ 35.71) สำหรับเหตุที่ศาลยกฟ้องนั้น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นไปตามมาตรา 329 ซึ่งพิจารณาจากเจตนาอันสุจริตของจำเลย จำนวน 6 คดี (ร้อยละ 66.67) รองลงมาคือ องค์ประกอบความผิดไม่ครบตามมาตรา 326 จำนวน 2 คดี (ร้อยละ 22.22) ความเสียหายไม่ได้เกิดจากจำเลย 1 คดี (ร้อยละ 11.11) และการกระทำไม่ได้เกิดขึ้นในราชอาณาจักรอีก 1 คดี (ร้อยละ 11.11)

คำสำคัญ: หมิ่นประมาท สื่อและสื่อมวลชน การกำกับดูแลสื่อ คำพิพากษาศาลฎีกา

Abstract

This study examines defamation cases under the Thai Criminal Code involving media and mass communication that were adjudicated by the Supreme Court between 2015 and 2024 (B.E. 2558–2567). The research aims to (1) determine the number of media-related defamation cases reviewed by the Supreme Court during the specified period and identify the categories of litigants involved; (2) analyze the characteristics of statements deemed defamatory in accordance with the Court’s interpretative reasoning; (3) examine the legal grounds for exemption from criminal liability or punishment; and (4) assess the penalties and remedial measures imposed in cases where criminal liability was affirmed.

The findings indicate that between 2015 and 2024, a total of 14 defamation cases involving media and mass communication were appealed to the Supreme Court. The majority of complaints were associated with online media platforms. The plaintiffs in most cases were politicians and high-ranking government officials.

Among the examined cases, the Supreme Court dismissed 9 cases (64.29%) and rendered guilty verdicts in 5 cases (35.71%). The principal ground for dismissal was the application of Section 329 of the Criminal Code, particularly with respect to the determination of the defendant's good faith, which accounted for 6 cases (66.67%). Additional grounds for dismissal included the absence of essential elements of the offense under Section 326 in 2 cases (22.22%), the determination that the alleged damage was not attributable to the defendant in 1 case (11.11%), and the finding that the alleged act did not occur within the jurisdiction of the Kingdom of Thailand in 1 case (11.11%).

Keywords: Defamation, Media and Mass Communication, Media Regulation, Supreme Court Judgments

บทนำ

สังคมประชาธิปไตยเป็นสังคมที่ยอมรับสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชน เพราะเมื่อประชาชนมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ย่อมส่งผลไปถึงการตอบสนองต่อสิทธิที่จะรู้ (Right to Know) ของคนในสังคมนั้น ๆ ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของคนในสังคมประชาธิปไตย (Dennis & Merrill, 1991) โดยในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้ให้การรับรองถึงสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นไว้ในมาตรา 34 วรรคแรก ซึ่งระบุว่า “บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น” อย่างไรก็ตาม ในตอนท้ายของวรรคแรก รัฐธรรมนูญได้กำหนดขอบเขตของเสรีภาพดังกล่าวนี้ด้วย โดยระบุว่า การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้เว้นแต่ “เพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน” ดังนั้น แม้การแสดงความคิดเห็นจะเป็นเสรีภาพโดยชอบธรรมของบุคคลที่สามารถแสดงออกได้ แต่การแสดงออกนั้นต้องมีขอบเขตตามกฎหมายหนึ่งในขอบเขตดังกล่าวก็คือการแสดงความคิดเห็นนั้น จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสิทธิหรือเสรีภาพของผู้อื่น

ความผิดฐานหมิ่นประมาทเป็นการคุ้มครองเกียรติของมนุษย์ซึ่งทุกคนมีอย่างเท่าเทียมกัน บุคคลใดจะใส่ความทำลายเกียรติของผู้อื่นนั้นย่อมกระทำมิได้ (คณิต ฌ นคร, 2563) แต่ก็มีข้อยกเว้นตามกฎหมายบางกรณีแม้จะมีการใส่ความและทำให้ผู้อื่นเสียหายแต่อาจไม่มีความผิด แต่บางกรณีอาจยังมีความผิดแต่ไม่ต้องรับโทษ (สหรัฐ กิติ ศุภการ, 2568) โดยรายละเอียดของความผิดฐานหมิ่นประมาทถูกบัญญัติอยู่ในหมวด 3 ของประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 326–333 รวมทั้งหมด 8 มาตรา

ในช่วงทศวรรษ 2560 มีความตื่นตัวในการแสดงความคิดเห็นอย่างมาก ประกอบกับพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งเป็นไปอย่างก้าวกระโดด ทำให้เกิดชุมชนสังคมออนไลน์อย่างทบทวี เปิดพื้นที่อย่างไม่มีจำกัดในการวิพากษ์วิจารณ์ จากเดิมที่การแสดงความคิดเห็นมักเป็นไปโดยสื่อมวลชนมีอาชีพ แต่ในปัจจุบันประชาชนทั่วไปเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ แต่การแสดงความคิดเห็น

ดังกล่าวนี้จำนวนมากได้ก้าวล่วงขอบเขตของกฎหมาย จึงส่งผลให้มีการฟ้องร้องในคดีหมิ่นประมาทเพิ่มขึ้นอย่างมาก (สำนักข่าวประชาไท, 2567)

อย่างไรก็ดี แม้ความผิดฐานหมิ่นประมาทจะระบุไว้ชัดเจนในประมวลกฎหมายอาญามาตรา 326-333 แต่ในการตีความกฎหมายต้องอาศัยความรู้ทางกฎหมาย ประสบการณ์ และมุมมอง ทำให้แม้จะอ่านกฎหมายมาตราเดียวกันก็อาจตีความแตกต่างกันได้ ดังนั้น แม้ความผิดฐานหมิ่นประมาทจะมีการบัญญัติชัดเจนอยู่ในประมวลกฎหมายอาญา แต่การตีความทางกฎหมายก็ยังมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาอีกมาก

จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาว่าในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558-2567) มีคดีความที่ฎีกาถึงศาลฎีกาเพื่อพิจารณาในกรณีการหมิ่นประมาทที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชนมากน้อยเพียงใด และแต่ละคดีความเหล่านั้น ศาลมีแนวทางในการวินิจฉัยอย่างไร ข้อความลักษณะใดที่เป็นความผิดฐานหมิ่นประมาท เหตุแห่งการยกเว้นโทษหรือยกเว้นความผิดตามการวินิจฉัยของศาลฎีกามีอะไรบ้าง ทั้งนี้ เพื่อให้สื่อและสื่อมวลชนทราบแนวทางการพิจารณาคดีของศาลฎีกา ซึ่งเป็นศาลสูงสุด เพื่อนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อและสื่อมวลชนเพื่อที่จะลดความเสี่ยงเข้าข่ายความผิดฐานหมิ่นประมาท

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ว่าในระหว่าง พ.ศ. 2558-2567 มีการฟ้องร้องคดีหมิ่นประมาทที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชนถึงศาลฎีกาจำนวนกี่คดีและมีผู้ใดบ้างที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาลักษณะข้อความที่ถือว่าเข้าข่ายความผิดฐานหมิ่นประมาทตามการวินิจฉัยของศาลฎีกา
3. เพื่อศึกษาเหตุแห่งการยกเว้นโทษหรือยกเว้นความผิด
4. เพื่อศึกษาบทลงโทษและการเยียวยาความเสียหายในกรณีที่ศาลวินิจฉัยว่าจำเลยกระทำความผิด

ทบทวนวรรณกรรม

ในหัวข้อนี้ จะทบทวนวรรณกรรมใน 2 เรื่องที่สำคัญ ได้แก่ การทบทวนบทบาทหน้าที่ของสื่อและสื่อมวลชนตามทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ และการทบทวนเกี่ยวกับความผิดฐานหมิ่นประมาท

1. ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อ

ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อ (Theory of Media Structure and Function) เป็นทฤษฎีที่เน้นให้ความสำคัญต่อความคาดหวังเกี่ยวกับการแสดงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อ พื้นฐานของแนวคิดนี้มาจากสำนักคิดกลุ่มหน้าที่นิยม (Functionalism) ที่กล่าวว่า สังคมหรือองค์กรหน่วยงานต่างๆ เปรียบเสมือนร่างกายอันเป็นส่วนรวม (the whole) ส่วนรวมนี้ประกอบขึ้นด้วยชิ้นส่วนต่าง ๆ (the parts) ที่มีหน้าที่ย่อย ๆ แตกต่างกัน อันเปรียบประดุจอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย ส่วนย่อย ๆ นี้ จำเป็นต้องทำหน้าที่ของตนให้เรียบร้อยสมบูรณ์ ส่วนรวมทั้งหมดจึงจะอยู่รอดปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

ในระบบรวมดังกล่าวนี้ สื่อมวลชนเป็นระบบย่อยหนึ่งท่ามกลางระบบย่อยมากมาย ระบบย่อยเหล่านี้จะช่วยกันผดุงรักษาระบบใหญ่เอาไว้ อาจจะมีบางช่วงขณะที่ระบบย่อยเกิดความขัดแย้งกัน แต่ในท้ายที่สุดแล้วก็จะกลับเข้าสู่ภาวะสมดุลเอง ในแนวคิดนี้สื่อมวลชนจึงถูกตั้งความคาดหวังว่าจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมที่ช่วยสร้างสรรค์และธำรงรักษาเสถียรภาพของสังคมให้เกิดความความสมดุลและเกิดการรวมตัวกันเข้าของทุกส่วนเพื่อทำให้ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคมคงอยู่ต่อไป และเพื่อให้สื่อมวลชนสามารถทำ

หน้าที่ที่สำคัญที่สุดตามความคาดหวังของแนวคิดนี้ จึงได้มีการตั้งความคาดหวังต่อบทบาทหน้าที่พื้นฐานของสื่อไว้อย่างน้อย 4 ประการด้วยกัน (เพิ่มพร ณ นคร และ ญัฎฐ์วัฒน์ ธนพรรณสิน, 2560) ดังนี้

1. การสอดส่องตรวจสอบสังคม ตีชมด้วยความเป็นธรรม เพื่อธำรงเสถียรภาพของสังคม
2. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวของสังคม หรือประสานเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ในการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ทำให้สังคมมีความเป็นปึกแผ่น
3. สืบทอดวัฒนธรรมของสังคมให้กับสมาชิกจากรุ่นหนึ่งสืบต่อไป เป็นการถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมให้กับสมาชิกรุ่นหลัง

4. การให้ความบันเทิงใจใน เป็นการสร้างความสุนทรีย์ ความบันเทิงใจ ซึ่งเป็นการสร้างสมดุลในสังคมปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีพัฒนาการอย่างรวดเร็วทำให้การสื่อสารในสังคมมนุษย์เปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ การสื่อสารไปถึงสังคมในวงกว้างไม่ได้ถูกผูกขาดโดยสื่อมวลชนมืออาชีพต่อไป แต่ทุกคนในสังคมสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อที่นำเสนอเรื่องราวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการรับรู้ในสังคมวงกว้างได้ด้วยเช่นเดียวกัน กล่าวคือบทบาทของผู้รับสารได้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ได้มีหน้าที่รับสารเท่านั้น แต่ผู้รับสารสามารถเป็นทั้งผู้รับและส่งสารได้ในเวลาเดียวกัน (วราพร คำจับ, 2560)

อย่างไรก็ดี ไม่ว่าจะการสื่อสารนั้นจะดำเนินการโดยสื่อหรือสื่อมวลชน แต่บทบาทหน้าที่สำคัญของการสื่อสารตามกรอบทฤษฎีนี้ ถูกคาดหวังว่าจะต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อสังคมเกิดเสถียรภาพให้มากที่สุด การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด ไม่เพียงแต่เกิดผลกระทบต่อบุคคล หลายครั้งก็ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม และอาจส่งผลไปถึงเสถียรภาพของสังคมในภาพรวมอีกด้วย ดังนั้น จึงต้องมีมาตรการในการควบคุมการนำเสนอข่าวสารของสื่อและสื่อมวลชนให้ทำหน้าที่ตามความคาดหวังของทฤษฎีให้มากที่สุด หนึ่งในมาตรการที่ถูกนำมาใช้ก็คือมาตรการทางกฎหมาย โดยกฎหมายเกี่ยวกับความผิดฐานหมิ่นประมาท เป็นกฎหมายอีกเรื่องหนึ่งที่ควบคุมสื่อและสื่อมวลชน มิให้นำเสนอข่าวสารที่อาจมีผลกระทบต่อความสงบสุขของสังคม

2. ความผิดฐานหมิ่นประมาท

ความผิดฐานหมิ่นประมาท ถูกบัญญัติอยู่ในหมวด 3 ของประมวลกฎหมายอาญา มีทั้งหมด 8 มาตรา ได้แก่ มาตรา 326-333 มีแนวคิดสำคัญในการคุ้มครองต่อเกียรติแห่งความเป็นมนุษย์ โดยกฎหมายได้วางหลักเกณฑ์การกระทำที่อาจเข้าข่ายความผิดไว้ในมาตรา 326 ว่า “ผู้ใดใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้น เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

จากมาตรา 326 จะเห็นได้ว่า การกระทำที่อาจเข้าข่ายความผิดจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การกระทำนั้นจะต้องมีการ “ใส่ความ” คือ การยืนยันข้อเท็จจริง จะต้องมีการ “ผู้อื่น” หรือผู้เสียหาย จะต้องมีการ “บุคคลที่สาม” ซึ่งเป็นบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์แต่มารับรู้ถึงการใส่ความ และประการสุดท้าย การใส่ความนั้นน่าจะทำให้ผู้อื่น “เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง”

อย่างไรก็ดี แม้การกระทำของผู้ใส่ความอาจทำให้บุคคลอื่นเกิดความเสียหาย แต่กฎหมายก็มีบทบัญญัติให้ความคุ้มครองผู้ใส่ความด้วย โดยกฎหมายวางหลักเกณฑ์ไว้ในมาตรา 329-331

มาตรา 329 กฎหมายกำหนดว่า ถ้าผู้ใส่ความนั้นกระทำไปโดยเจตนาที่สุจริต เขาย่อมได้รับความคุ้มครองให้ไม่มีความผิดฐานหมิ่นประมาท โดยกฎหมายได้กำหนดลักษณะการกระทำที่ได้รับการคุ้มครองตามมาตรานี้ไว้ 4 ลักษณะ ได้แก่

- (1) เพื่อความชอบธรรม ป้องกันตน หรือป้องกันส่วนได้เสียเกี่ยวกับตนตามคลองธรรม
- (2) ในฐานะเป็นเจ้าพนักงานปฏิบัติการตามหน้าที่

(3) ดิชมด้วยความเป็นธรรมซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชมย่อมกระทำ หรือ

(4) ในการแจ้งข่าวด้วยความเป็นธรรมเรื่องการดำเนินการอันเปิดเผยในศาลหรือในการประชุม

ส่วนมาตรา 331 นั้น เป็นการคุ้มครองผู้ใส่ความในกรณีที่เป็นการใส่ความของคู่ความหรือทนายของคู่ความ ซึ่งแสดงความคิดเห็นหรือข้อความในกระบวนการพิจารณาคดีในศาล ทั้งนี้ เพื่อให้การพิจารณาคดีเป็นไปได้อย่างไม่ต้องวิตกว่าการให้การในชั้นศาล อาจจะถูกฟ้องร้องในตอนหลังได้ เพื่อให้ทุกฝ่ายกล้าเปิดเผยข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

หากไม่เข้าตามมาตรา 329 และ 331 จะถือว่าผู้ใส่ความนั้นมีความผิด แต่เมื่อมีความผิดแล้วจะถูกลงโทษหรือไม่ จะพิจารณามาตรา 330 กล่าวคือ ถึงแม้จำเลยจะมีความผิดฐานหมิ่นประมาทไปแล้ว แต่ก็ไม่ต้องรับโทษ โดยเงื่อนไขสำคัญของมาตรา 330 ก็คือ เรื่องที่หมิ่นประมาทนั้นจะต้องเป็นเรื่องจริงและมีประโยชน์ต่อสาธารณะ หากเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องไม่จริงจะไม่ได้ได้รับความคุ้มครอง หรือหากแม้จะเป็นความจริง แต่ไม่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ ก็จะไม่ได้รับความคุ้มครองเช่นกัน

สำหรับบทลงโทษกรณีหมิ่นประมาท จะมีบทลงโทษ 2 ลักษณะ แยกตามความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับผู้เสียหาย กล่าวคือ ถ้าเป็นการใส่ความด้วยวาจาหรือใส่ความในลักษณะที่มีผู้อื่นรับรู้จำนวนไม่มาก บทบัญญัติโทษจะถูกกำหนดอยู่ในมาตรา 326 คือ จำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ แต่ถ้าการใส่ความนั้นเป็นการใส่ความด้วยการโฆษณาซึ่งทำให้มีผู้รับรู้ความเสียหายนั้นจำนวนมาก เช่น การใส่ความผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น กฎหมายกำหนดโทษสำหรับความผิดลักษณะนี้ไว้ในมาตรา 328 โดยกำหนดให้ได้รับโทษหนักขึ้น คือ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

นอกจากบทลงโทษแล้ว กฎหมายยังบัญญัติเรื่องการเยียวยาความเสียหายแก่ผู้เสียหายด้วยในมาตรา 332 กล่าวคือ นอกจากจำเลยจะต้องโทษปรับหรือจำคุกแล้ว บางกรณีศาลอาจสั่งให้จำเลยต้องกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อบรรเทาความเสียหายแก่โจทก์ เพื่อให้ชื่อเสียงของโจทก์กลับมาดีเหมือนเดิมหรือใกล้เคียงกับชื่อเสียงก่อนที่จะถูกใส่ความ อำนาจศาลที่สามารถสั่งการให้ผู้ใส่ความต้องเยียวยา มี 2 ประการ ได้แก่ ประการแรก ศาลอาจสั่งให้จำเลยต้องยึดและทำลายวัตถุหรือส่วนของวัตถุที่มีข้อความหมิ่นประมาท เนื่องจากถ้าปล่อยวัตถุที่มีข้อความหมิ่นประมาทนั้นดำรงอยู่ต่อไป ชื่อเสียงของผู้เสียหายก็จะเสียหายยิ่งขึ้น ประการที่สอง ศาลอาจสั่งให้โฆษณาคำพิพากษาทั้งหมดหรือแต่บางส่วนในหนังสือพิมพ์หนึ่งฉบับหรือหลายฉบับ ครั้งเดียวหรือหลายครั้ง โดยให้จำเลยเป็นผู้ชำระค่าโฆษณา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากตัวสื่อโดยวิธีอรรถวิเคราะห์ (Textual Analysis) เป็นหลัก เสริมด้วยการค้นคว้าจากเอกสารอื่น ๆ (Documentary Research) โดยนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาคำพิพากษาของศาลฎีกาในคดีหมิ่นประมาทที่เกี่ยวข้องกับการสื่อและสื่อสารมวลชน ระหว่างปี พ.ศ.2558-2567 เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยจะรวบรวมคำพิพากษาจาก “ฐานข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในศาลฎีกา กระทรวงยุติธรรม (<https://deka.supremecourt.or.th>) ระบุคำค้นหว่า “หมิ่นประมาท” พบคดีที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชนจำนวน 14 คดี จึงศึกษาทั้งหมด

ผลการวิจัย

จากการศึกษาคดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวกับสื่อและสื่อมวลชนจากคำพิพากษาของศาลฎีกา ระหว่าง พ.ศ. 2558-2567 สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. **จำนวนคดีหมิ่นประมาทและสถานะของผู้เกี่ยวข้อง** จากการศึกษา พบว่า มีคดีหมิ่นประมาทที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชน ซึ่งฎีกาไปยังศาลฎีกาใน ระหว่างปี พ.ศ. 2558-2567 จำนวนทั้งหมด 14 คดี โดยผู้ที่เป็นโจทก์ฟ้องร้องมากที่สุด คือ ข้าราชการประจำและนักการเมือง รวมกันแล้วเป็นร้อยละ 50.00 ซึ่งข้าราชการประจำในที่มีตำแหน่งบริหารค่อนข้างสูง ได้แก่ ปลัดกระทรวง รองปลัดกระทรวง และผู้อำนวยการสำนักงาน เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่า โจทก์มักจะเป็นกลุ่มผู้ที่มีอำนาจในระบบราชการหรือการเมือง แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ตารางแสดงสถานะของโจทก์ในคดีหมิ่นประมาท

ผู้เกี่ยวข้องกับคดี	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการประจำ	5	35.71
นักธุรกิจ	3	21.43
ประชาชนทั่วไป	3	21.43
นักการเมือง	2	14.29
นักกิจกรรมเพื่อสังคม	1	7.14

ส่วนผู้ที่เป็นจำเลยซึ่งถูกฟ้องร้องในช่วงระหว่างเวลาที่ศึกษา ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่สื่อสารในฐานะของสื่อและสื่อมวลชน ทั้งสื่อออนไลน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง รวมเป็นร้อยละ 57.14 นอกจากสื่อและสื่อมวลชน จำเลยอื่น ๆ จะมีสถานะที่กระจายกันไป ตั้งแต่ข้าราชการอิสระ นักกิจกรรมเพื่อสังคม นักการเมือง และพระสงฆ์ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ตารางแสดงสถานะของจำเลยในคดีหมิ่นประมาท

ผู้เกี่ยวข้องกับคดี	จำนวน	ร้อยละ
นักวิชาชีพสื่อออนไลน์	4	28.57
นักวิชาชีพสื่อหนังสือพิมพ์	3	21.43
ประชาชนทั่วไป	2	14.28
นักวิชาชีพสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง	1	7.14
นักวิชาการอิสระ	1	7.14
นักกิจกรรมเพื่อสังคม	1	7.14
นักการเมือง	1	7.14
พระสงฆ์	1	7.14

สำหรับช่องทางในการสื่อสาร พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ช่องทางในการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 57.14 สื่อออนไลน์ที่ใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ ได้แก่ ยูทูป เฟซบุ๊ก ไลน์ และเว็บไซต์ รองลงมา คือ สื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57 และสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง ร้อยละ 14.29 แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: แสดงช่องทางในการเผยแพร่ข้อความที่ถูกฟ้องร้องในคดีหมิ่นประมาท

ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
สื่อออนไลน์	8	57.14
สื่อหนังสือพิมพ์	4	28.57
สื่อแพร่ภาพกระจายเสียง	2	14.29
การแถลงข่าว	1	7.14

2. ลักษณะข้อความที่เข้าข่ายความผิดฐานหมิ่นประมาทตามการวินิจฉัยของศาลฎีกา จากการศึกษา คดีหมิ่นประมาทซึ่งเกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชนที่มีการฎีกาไปยังศาลฎีกา พ.ศ. 2558-2567 จำนวน 14 คดีนั้น พบว่า ศาลชั้นต้นวินิจฉัยว่ามีความผิด จำนวน 6 คดี คิดเป็นร้อยละ 42.86 ศาลอุทธรณ์วินิจฉัยว่ามีความผิด จำนวน 4 คดี คิดเป็นร้อยละ 28.57 และศาลฎีกาวินิจฉัยว่าจำเลยมีความผิดจำนวน 5 คดี คิดเป็นร้อยละ 35.71 แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4: แสดงการเปรียบเทียบคำพิพากษาของทั้ง 3 ศาลในคดีที่เป็นความผิดฐานหมิ่นประมาท

ศาล	จำนวนคดีที่ศาลวินิจฉัยว่าจำเลยมีความผิด	ร้อยละ
ศาลชั้นต้น	6	42.86
ศาลอุทธรณ์	4	28.57
ศาลฎีกา	5	35.71

ทั้ง 5 คดี ที่ศาลฎีกาวินิจฉัยว่าเป็นความผิดนี้ นำเสนอเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ มีเพียงคดีเดียวที่ นำเสนอเนื้อหาในสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนประเด็นการใส่ความ จำเลยมักกล่าวหาโจทก์ว่ากระทำความผิดร้ายแรงต่อบ้านเมือง เช่น กล่าวหาว่าโจทก์เป็นมาเฟียเรียกเก็บค่าส่วยจากรถตู้ประจำทาง กล่าวหาว่าโจทก์ให้เงินสนับสนุนพรรคการเมืองเพื่อแลกผลประโยชน์จากโครงการของรัฐ กล่าวหาว่าโจทก์มีความเกี่ยวข้องกับขบวนการก่อความไม่สงบในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ นอกจากนี้ ยังมีการกล่าวหาโจทก์ว่ารับเงินสนับสนุนจากต่างชาติเพื่อแบ่งแยกประเทศ

สิ่งที่น่าสังเกตสำหรับการวินิจฉัยเรื่องการใส่ความ โดยทั่วไปการใส่ความจะหมายถึงการยืนยันข้อเท็จจริง ดังนั้น การกล่าวเลือนลอย การพูดคำหยาบ ข่าวดู การข่มขู่ การทะเลาะเบาะแว้ง การด่า หรือการตั้งคำถาม จะไม่ถือว่าเป็นการใส่ความ (รุ่งวิทย์ มาศงามเมือง และคณะ, 2564) อย่างไรก็ตาม การโพสต์คำถามซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจทำให้สาธารณชนทั่วไปเข้าใจได้ว่าโจทก์เป็นคนไม่ดี ย่อมส่งผลถึงเจตนาของจำเลยที่ต้องการใส่ความ ดังนั้น แม้รูปประโยคอาจเป็นคำถาม ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วไม่น่าจะเข้าข่ายความผิด แต่เมื่อพิจารณาบริบททั้งหมดแล้วพบว่าจำเลยมีเจตนาที่จะยืนยันข้อเท็จจริงเพียงแต่เลี่ยงไปใช้ข้อความในรูปของคำถามเท่านั้น ดังนั้น ข้อความที่แม้จะอยู่ในรูปของคำถาม ก็อาจจัดว่าเป็นการใส่ความได้ ดังคำวินิจฉัยของศาลในฎีกา เลขที่ 418/2567

...ลักษณะการใส่ความของจำเลยก็เป็นการโพสต์ข้อความซ้ำแล้วซ้ำอีกในทำนองเดียวกันว่า โจทก์เกี่ยวข้องกับขบวนการก่อความไม่สงบดังกล่าว บ่งชี้ถึงเจตนาของจำเลยว่าเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงตามที่โพสต์ไป... แม้จำเลยจะเพิ่มข้อความว่า จริงหรือไม่ ในลักษณะเป็นคำถามก็ตาม พฤติการณ์เช่นนี้บ่งชี้ได้ว่า

จำเลยตั้งคำถามโดยไม่สุจริตใจและมีเจตนาที่จะหลีกเลี่ยงความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 328 อันมีผลพลอยให้เชื่อได้ว่าการโพสต์ข้อความของจำเลย ก็เป็นการตั้งคำถามโดยไม่สุจริตใจไปด้วย จึงมิใช่กรณี ไม่เป็นการยืนยันข้อเท็จจริงตามที่จำเลยต่อสู้

3. เหตุแห่งการยกเว้นโทษหรือยกเว้นความผิด จากการศึกษาคดีหมิ่นประมาทซึ่งเกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชน ที่มีการฎีกาไปยังศาลฎีกา พ.ศ. 2558-2567 จำนวน 14 คดีนั้น พบว่า มีคดีความที่ศาลชั้นต้นวินิจฉัยให้ยกฟ้อง จำนวน 8 คดี คิดเป็นร้อยละ 57.14 ศาลอุทธรณ์วินิจฉัยให้ยกฟ้อง จำนวน 10 คดี คิดเป็นร้อยละ 71.43 และศาลฎีกาวินิจฉัยให้ยกฟ้องจำนวน 9 คดี คิดเป็นร้อยละ 64.29 แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5: แสดงการเปรียบเทียบคำพิพากษาของทั้ง 3 ศาลในคดีที่ศาลวินิจฉัยให้ยกฟ้องจำเลย

ศาล	จำนวนคดีที่ศาลวินิจฉัยให้ยกฟ้องจำเลย	ร้อยละ
ศาลชั้นต้น	8	57.14
ศาลอุทธรณ์	10	71.43
ศาลฎีกา	9	64.29

เหตุสำคัญที่ศาลฎีกาวินิจฉัยให้ยกฟ้องจำเลย ได้แก่ การพิจารณาจากเจตนาอันสุจริตตามที่กฎหมายกำหนดไว้ในมาตรา 329 แห่งประมวลกฎหมายอาญา มีคดีที่ถูกยกฟ้องตามมาตรานี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของคดีทั้งหมดที่ศาลวินิจฉัยให้ยกฟ้อง โดยเจตนาสุจริตดังกล่าวนี้ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ เข้าเหตุยกเว้นความผิดตามอนุมาตรา (1) เพื่อความชอบธรรม ป้องกันตนหรือป้องกันส่วนได้เสียเกี่ยวกับตนตามคลองธรรม และอนุมาตรา (3) ดิชมด้วยความเป็นธรรม ซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชนย่อมกระทำ แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6: แสดงเหตุที่ศาลฎีกาวินิจฉัยให้ยกฟ้องจำเลย

เหตุแห่งการยกฟ้อง	จำนวน	ร้อยละ
เข้าเหตุยกเว้นความผิดตาม ม.329	6	66.67
- เข้าเหตุยกเว้นความผิดตามอนุมาตรา 1	2	22.22
- เข้าเหตุยกเว้นความผิดตามอนุมาตรา 3	4*	44.44
ไม่ครบองค์ประกอบตาม ม.326	2*	22.22
ความเสียหายไม่ได้เกิดจากจำเลย	1	11.11
การกระทำไม่ได้เกิดขึ้นในราชอาณาจักร	1	11.11

หมายเหตุ: *ฎีกาเลขที่ 2813/2559 ศาลมีข้อวินิจฉัยให้ยกฟ้องคดีนี้ด้วยเหตุ 2 ประการ คือ ไม่ครบองค์ประกอบตามมาตรา 326 และเข้าเหตุยกเว้นตามมาตรา 329 (3)

4. บทลงโทษและการเยียวยาความเสียหายในกรณีที่ศาลวินิจฉัยว่าจำเลยกระทำความผิด จากการศึกษาคำพิพากษาของศาลฎีกาในระหว่าง พ.ศ.2558-2567 พบว่า มีทั้งโทษปรับและโทษจำคุก โดยโทษปรับมีตั้งแต่ 20,000 บาท จนถึง 112,500 บาท ส่วนโทษจำคุกนั้น ศาลสั่งจำคุกจำเลยน้อยที่สุด คือ 2 เดือน มากที่สุดคือ จำคุก 4 ปี 16 เดือน แต่ส่วนใหญ่ศาลมักกำหนดให้รอลงโทษ โดยมีกำหนด 1-2 ปี มีเพียง 2 คดีเท่านั้นที่ต้องจำคุกจริง ทั้งนี้ แนวทางในการวินิจฉัยให้รอลงโทษนั้น ศาลมักวินิจฉัยบนพื้นฐานที่ต้องการให้โอกาสจำเลยกลับตัวเป็นคนดี โดยอาจพิจารณาจากเจตนา ประวัติการกระทำความผิด และคุณสมบัติของผู้กระทำความผิดอาจ

กระทำต่อบ้านเมืองประกอบ เช่น ฎีกาเลขที่ 976/2567 ศาลเห็นว่าแม้พฤติการณ์แห่งการกระทำความผิดของจำเลยนับว่าร้ายแรง อย่างไรก็ตามก็ ยังมีถ้อยคำของจำเลยบางส่วนที่แสดงออกถึงความห่วงใยปัญหาบ้านเมือง แสดงให้เห็นเจตนาที่ดีของจำเลยอยู่บ้าง นอกจากนี้ จำเลยไม่เคยต้องโทษจำคุกมาก่อน และศาลยังเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากจำเลยหากจำเลยกลับตัวเป็นคนดีประพฤติตนเป็นประโยชน์กับสังคมมาประกอบ ไม่ได้มุ่งแต่จะลงโทษจำเลยอย่างเดียว ดังความตอนหนึ่งในคำวินิจฉัยของศาล (ฎีกาเลขที่ 976/2567) ดังนี้

จำเลยไม่เคยรับโทษจำคุกมาก่อน และมีความประพฤติไม่มีข้อเสื่อมเสีย ทั้งยังมีการศึกษาสูงและมีประสบการณ์ในการทำงานหลายด้าน สมควรที่จำเลยจะใช้ความรู้ความสามารถให้เป็นประโยชน์แก่สังคมยิ่งกว่าการถูกจำคุกในระยะสั้น จึงควรให้โอกาสจำเลยกลับตัวเป็นคนดี

สำหรับการเยียวยาความเสียหายตามมาตรา 332 นั้น พบว่า ศาลมีคำสั่งให้จำเลยต้องเยียวยาความเสียหายให้โจทก์ 3 คดี จากจำนวน 5 คดี การเยียวยาความเสียหายทั้งหมด ศาลมีคำสั่งให้จำเลยต้องลงข้อความคำพิพากษาอย่างย่อในสื่อหนังสือพิมพ์ 2-5 ฉบับ เป็นเวลา 3-7 วันต่อเนื่องกัน นอกจากนี้ บางคดีศาลยังสั่งให้ลงข้อความในเว็บไซต์ข่าวออนไลน์เพิ่มอีกด้วย

ประเด็นที่น่าสังเกตสำหรับการเยียวยาความเสียหายตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 332 นั้น กฎหมายบัญญัติว่า "ในคดีหมิ่นประมาทซึ่งมีคำพิพากษาว่าจำเลยมีความผิด ศาลอาจสั่ง... (2) ให้โฆษณาคำพิพากษาทั้งหมด หรือแต่บางส่วนในหนังสือพิมพ์หนึ่งฉบับหรือหลายฉบับ ครั้งเดียวหรือหลายครั้ง โดยให้จำเลยเป็นผู้ชำระค่าโฆษณา" การตีความตามบทบัญญัตินี้ ศาลฎีกาให้ข้อวินิจฉัยที่น่าสังเกต 2 ประการ ได้แก่

- ไม่ว่าโจทก์จะมีคำขอให้เยียวยาความเสียหายตามมาตรา 332 ในหมายเหตุท้ายฟ้องหรือไม่ แต่ก็เป็นอำนาจของศาลในการใช้ดุลพินิจสั่งให้จำเลยโฆษณาคำพิพากษาได้เองตามความเหมาะสมแก่พฤติการณ์แห่งคดี

- คำว่า "หนังสือพิมพ์" ที่ปรากฏอยู่ในมาตรานี้ ศาลฎีกาวินิจฉัยว่าย่อมปวิวรรตไปตามยุคสมัย มิได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะหนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ขึ้นโดยใช้กระดาษ แต่ยังคงมีความหมายรวมถึงข้อมูลข่าวสารเป็นตัวหนังสือที่ประชาชนทั่วไปสามารถอ่านเข้าใจได้ซึ่งเผยแพร่อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ด้วย

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ พบว่า คดีความที่ฎีกาไปยังศาลฎีกาในความผิดฐานหมิ่นประมาท เฉพาะกรณีที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชน ในระหว่างปี พ.ศ. 2558-2567 นั้น ผู้ที่เป็นโจทก์ยื่นฟ้องสื่อมวลชนส่วนใหญ่ ได้แก่ ข้าราชการที่มีตำแหน่งบริหารระดับสูงและนักการเมือง สอดคล้องกับผลการวิจัยของนรินทร์ นำเจริญ (2549) เรื่อง "การวิเคราะห์คดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน: ศึกษาจากคำพิพากษาฎีกา พ.ศ. 2520-2547" และ นรินทร์ นำเจริญ (2559) เรื่อง "การวิเคราะห์คดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน: ศึกษาจากคำพิพากษาฎีกา พ.ศ. 2548-2557" ที่พบว่าในระหว่าง พ.ศ. 2520-2557 ผู้ที่เป็นโจทก์ฟ้องร้องสื่อมากที่สุดก็คือคนกลุ่มเดียวกันนี้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องจากบุคคลกลุ่มนี้เป็นผู้มีบทบาทและอำนาจเกี่ยวเนื่องกับประโยชน์ของสาธารณะ จึงต้องถูกตรวจสอบการทำงานมากกว่าบุคคลทั่วไป นอกจากนี้ คนกลุ่มนี้ยังเป็นผู้ที่อยู่ในสถานะของชนชั้นนำในสังคม มีความรู้และความกระตือรือร้นอย่างมากในการปกป้องสิทธิ ตามกฎหมายของตน เมื่อสื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่อาจทำให้เขาได้รับผลกระทบก็จะมี การตอบโต้เพื่อปกป้องตนเองอย่างถึงที่สุด นอกจากนี้ จากงานวิจัยของรุ่งระวี สุรินทร์ระ (2560) เรื่อง "การดำเนินคดีอาญาฐานหมิ่นประมาทเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทุจริตและประพฤติมิชอบของเจ้าหน้าที่รัฐ" พบว่า การ

ฟ้องร้องในคดีหมิ่นประมาทโดยเจ้าหน้าที่รัฐมักเป็นไปเพื่อใช้กระบวนการดำเนินคดีอาญามาเป็นเครื่องมือในการข่มขู่และยับยั้งการใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของบุคคลอื่น หรือใช้เพื่อตอบโต้การนำเสนอข้อมูลที่ผู้ฟ้องคดีไม่ต้องการให้ปรากฏ หรือเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของผู้ที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ หรือเพื่อเจตนาอย่างอื่นอันไม่ใช่เจตนาที่จะฟ้องคดีเพื่อลงโทษบุคคลผู้กล่าวข้อความหรือเพื่อให้ได้รับการชดเชยความเสียหายที่ผู้ฟ้องคดีได้รับ เหตุผลที่ซ่อนอยู่ลึกกลงไปที่ทำให้คนกลุ่มนี้มักเป็นโจทก์ในการฟ้องร้องถึงศาลฎีกา ก็คือ ต้องการให้การฟ้องร้องในคดีหมิ่นประมาทเพื่อหยุดยั้งไม่ให้สื่อสามารถวิพากษ์วิจารณ์หรือตรวจสอบการทำงานของตนนั่นเอง

สำหรับช่องทางในการสื่อสาร พบว่า ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา มีความเปลี่ยนแปลงการใช้สื่ออย่างมาก เมื่อเทียบกับงานวิจัยของนรินทร์ นำเจริญ (2549) เรื่อง “การวิเคราะห์คดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวกับสื่อมวลชน: ศึกษาจากคำพิพากษาฎีกา พ.ศ. 2520-2547” และ นรินทร์ นำเจริญ (2559) เรื่อง “การวิเคราะห์คดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวกับสื่อมวลชน: ศึกษาจากคำพิพากษาฎีกา พ.ศ. 2548-2557” ช่องทางที่นำเสนอข้อความในคดีหมิ่นประมาทจะเป็นช่องทางสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด แต่ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ช่องทางสื่อออนไลน์กลายเป็นช่องทางหลักแทนสื่อสิ่งพิมพ์ไปแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอำนาจการสื่อสารอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ขณะที่การเปลี่ยนโครงสร้างการสื่อสารนี้จะเพิ่มอำนาจการแสดงความคิดเห็นของพลเมืองได้มากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา แต่ในขณะเดียวกัน พลเมืองก็ต้องแบกรับความเสี่ยงทางกฎหมายในกระบวนการสื่อสารอีกด้วย ในอดีตที่ผ่านมา สื่อมวลชนจำเป็นต้องเรียนรู้กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อแยกแยะได้ว่าอะไรที่สามารถนำเสนอได้ อะไรที่เสี่ยงต่อการกระทำที่ผิดกฎหมาย แต่การเปลี่ยนโครงสร้างการสื่อสารซึ่งพลเมืองเข้ามามีบทบาทมากขึ้นนี้ กลับยังไม่มีกระบวนการหรือกลไกที่จะทำให้พลเมืองรู้เท่าทันการสื่อสารตามกรอบของกฎหมาย ซึ่งอาจเป็นปัญหาที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นในอนาคต เพราะอาจมีพลเมืองที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแสดงความคิดเห็นโดยไม่รู้เท่าทันกฎหมายจำนวนมากที่อาจมีแนวโน้มต้องรับความเสี่ยงต่อบทลงโทษในคดีอาญาจากการสื่อสารที่ขาดความเข้าใจในกฎหมายที่มากพอ

สำหรับแนวทางในการพิจารณาคดีของศาลฎีกา พบว่า ส่วนใหญ่ศาลจะพิจารณายกฟ้อง โดยการยกฟ้องเกือบทั้งหมดเนื่องจากจำเลยมีเจตนาอันสุจริต ตามมาตรา 329 กล่าวคือ แม้สื่อและสื่อมวลชนอาจนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ผู้อื่นเกิดความเสียหาย แต่ถ้าการนำเสนอดังกล่าวนั้น สื่อนำเสนอตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วยเจตนาที่สุจริต นำเสนออย่างเป็นธรรม มิใช่การสร้างเรื่องขึ้นเอง และเรื่องดังกล่าวนี้มีประโยชน์ต่อสาธารณะ ย่อมถือว่าสื่อได้ทำตามบทบาทหน้าที่ตามวิสัยของสื่อมวลชนที่ตีพิมพ์ด้วยความเป็นธรรมอันเป็นวิสัยของประชาชนย่อมกระทำ และจากการกระทำด้วยเจตนาสุจริตเช่นนี้ จึงทำให้สื่อมักได้รับความคุ้มครอง

ส่วนกรณีที่ศาลวินิจฉัยว่าสื่อมวลชนมีความผิดฐานหมิ่นประมาทนั้น แม้สื่อมวลชนจะอ้างว่า เป็นการนำเสนอข้อความที่ได้มาจากแหล่งข่าวอื่นโดยสื่อมิได้เสริมแต่ง และนำเสนอข้อความโดยปราศจากความมุ่งร้ายต่อโจทก์ เป็นแต่เพียงการใช้สิทธิเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเท่านั้น แต่ในคดีที่ศาลวินิจฉัยว่าสื่อกระทำความผิดนั้น ศาลมักเห็นว่าเจตนาของสื่อที่นำเสนอข้อความตามฟ้องไม่สุจริตจริงตามที่สื่ออ้าง นอกจากนี้ การนำเสนอเนื้อหาอย่างไม่เป็นธรรม ไม่มีการตรวจสอบข้อเท็จจริง ไม่คำนึงถึงความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นแก่ผู้อื่นอย่างถึงถิ่น

ดังนั้น สิ่งที่จะปกป้องสื่อมวลชนจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ดีที่สุดก็คือเจตนาอันสุจริตของสื่อเอง เจตนาอันสุจริตตามการวินิจฉัยของศาล ก็คือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ตั้งอยู่บนข้อเท็จจริง มีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารอย่างรอบด้าน และให้ความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งความจริงแล้ว ประเด็น

ดังกล่าวนี้ไม่ได้ถูกบัญญัติอยู่แต่ในเฉพาะบทบัญญัติตามกฎหมาย หรือในคำพิพากษาของศาลเท่านั้น แต่ในจริยธรรมพื้นฐานของสื่อมวลชนก็มีข้อกำหนดในลักษณะเดียวกันนี้

สำหรับบทลงโทษ ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของค่าปรับของคดีที่อยู่ในระยะเวลาที่ศึกษานั้น สูงสุด คือ 112,500 บาท ซึ่งเมื่อเทียบกับงานวิจัยก่อนหน้า พบว่า ในระหว่าง พ.ศ. 2520-2557 โทษปรับสูงสุดไม่เกิน 50,000 บาท แสดงให้เห็นว่า โทษปรับมีแนวโน้มสูงขึ้น ทั้งนี้ สอดคล้องกับข้อเสนอของ เฉลิมศักดิ์ ตรีพนการ (2542) วิจัยเรื่อง “การกระทำความผิดอาญาโดยวาจา: ศึกษากฎนิชอบเขตความรับผิดชอบและสภาพบังคับของความผิดฐานหมิ่นประมาท” การวิจัยเรื่องนี้พบว่า โทษปรับเป็นจำนวนที่สูงสามารถยับยั้งการกระทำความผิดฐานนี้ได้ในแง่ของการข่มขู่ให้ผู้กระทำความผิดเข็ดหลาบ อย่างไรก็ตาม แม้การใช้ค่าปรับที่สูงขึ้นอาจส่งผลในแง่การข่มขู่ผู้กระทำความผิดได้ตามที่เฉลิมศักดิ์นำเสนอ แต่ก็ควรพิจารณาควบคู่กับความเหมาะสมในการสร้างความสมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิของบุคคลกับเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอันเป็นพื้นฐานของสังคมแบบประชาธิปไตย เพราะการบังคับใช้กฎหมายบางลักษณะอาจส่งผลให้ประชาชนหลีกเลี่ยงการใช้สิทธิในการแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งย่อมไม่ส่งผลดีต่อการส่งเสริมให้ประชาชนตรวจสอบประเด็นสาธารณะในภาพรวม

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์คดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสื่อมวลชน: ศึกษาจากคำพิพากษาศาลฎีกา พ.ศ. 2558-2567” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจำนวนคดี ลักษณะคู่ความ แนวทางการตีความของศาลฎีกา เหตุแห่งการยกเว้นความผิดหรือยกเว้นโทษ ตลอดจนบทลงโทษและมาตรการเยียวยาในคดีหมิ่นประมาทที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านสื่อและสื่อมวลชนในรอบทศวรรษที่ผ่านมา

ผลการวิจัยพบว่า มีคดีที่เกี่ยวข้องจำนวน 14 คดี โดยช่องทางการสื่อสารที่ถูกร้องเรียนมากที่สุด คือ “สื่อออนไลน์” สะท้อนการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างของระบบสื่อจากยุคสื่อกระแสหลักไปสู่ยุคดิจิทัลที่ประชาชนทั่วไปสามารถทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน อันสอดคล้องกับแนวคิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจการสื่อสาร (structural transformation of communication power) ในสังคมดิจิทัล

ในด้านสถานะของคู่ความ พบว่า โจทก์ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการระดับสูงและนักการเมือง ขณะที่จำเลยจำนวนมากเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อหรือผู้สื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ข้อค้นพบนี้สะท้อนพลวัตของความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่าง “ผู้ถูกตรวจสอบ” กับ “ผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบ” ซึ่งเป็นแก่นสำคัญของบทบาทสื่อในระบอบประชาธิปไตย ภายใต้กรอบแนวคิด “สิทธิที่จะรู้” (Right to Know) และเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

เมื่อพิจารณาแนวทางการวินิจฉัยของศาลฎีกา พบว่า ศาลมีคำพิพากษายกฟ้อง 9 คดี (ร้อยละ 64.29) และพิพากษาว่าจำเลยมีความผิด 5 คดี (ร้อยละ 35.71) เหตุแห่งการยกฟ้องส่วนใหญ่เกิดจากการเข้าองค์ประกอบยกเว้นความผิดตามมาตรา 329 โดยเฉพาะการกระทำด้วย “เจตนาอันสุจริต” ซึ่งศาลให้ความสำคัญอย่างยิ่ง การวินิจฉัยในลักษณะดังกล่าวสะท้อนแนวคิดตามทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อ (Theory of Media Structure and Function) ที่คาดหวังให้สื่อทำหน้าที่สอดส่องตรวจสอบ (surveillance) และตีชมด้วยความเป็นธรรม (correlation and interpretation) เพื่อธำรงเสถียรภาพของสังคม

กล่าวอีกนัยหนึ่ง หากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารตั้งอยู่บนข้อเท็จจริง มีการตรวจสอบอย่างรอบด้าน และกระทำไปเพื่อประโยชน์สาธารณะ ศาลมักตีความให้ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย แต่หากปรากฏว่าการสื่อสารมีลักษณะยั่วยุข้อเท็จจริงโดยไม่สุจริต ขาดการตรวจสอบ หรือใช้รูปแบบคำถามเพื่อหลีกเลี่ยงความรับผิด ทั้งที่มีเจตนาใส่ความ ศาลย่อมวินิจฉัยว่าเป็นความผิด

ในด้านบทลงโทษ พบว่า ศาลกำหนดโทษทั้งจำคุกและปรับ โดยส่วนใหญ่รอการลงโทษ แสดงให้เห็นถึงการใช้ดุลพินิจเชิงสมดุล (judicial balancing) ระหว่างการคุ้มครองเกียรติของบุคคลกับการไม่ปิดกั้นเสรีภาพในการสื่อสารมากเกินไปจนสมควร ขณะเดียวกัน การสั่งให้โฆษณาคำพิพากษาเพื่อเยียวยาความเสียหายตามมาตรา 332 ยังสะท้อนการปรับใช้กฎหมายให้สอดคล้องกับสื่อยุคใหม่ โดยตีความคำว่า “หนังสือพิมพ์” ให้ครอบคลุมสื่อออนไลน์

โดยสรุป งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ในบริบทสื่อดิจิทัล ศาลฎีกามีได้มุ่งจำกัดเสรีภาพของสื่อโดยเคร่งครัด หากแต่ให้ความสำคัญกับ “เจตนา” และ “ความเป็นธรรมในการนำเสนอ” เป็นแกนกลางของการวินิจฉัย ซึ่งสอดคล้องทั้งกับหลักกฎหมายอาญาและหลักจริยธรรมวิชาชีพสื่อ กล่าวคือ กฎหมายมิได้ทำหน้าที่เพียงเป็นเครื่องมือควบคุม หากยังทำหน้าที่เป็นกลไกสร้างสมดุลระหว่างการคุ้มครองศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์กับการดำรงเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น อันเป็นรากฐานของสังคมประชาธิปไตย

ดังนั้น ความท้าทายสำคัญในยุคสื่อดิจิทัลจึงมิใช่เพียงการบังคับใช้กฎหมายหมิ่นประมาท หากแต่คือการส่งเสริมให้ผู้สื่อสารทุกระดับทั้งสื่อวิชาชีพและพลเมืองตระหนักในบทบาทหน้าที่ตามกรอบทฤษฎีโครงสร้าง และหน้าที่ของสื่อ ควบคู่กับการยึดมั่นในหลักสุจริต ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ซึ่งเป็นกลไกที่ยั่งยืนกว่าการใช้มาตรการทางอาญาเพียงลำพังในการกำกับดูแลสื่อและสื่อมวลชนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปฏิบัติ

- ควรส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายและจริยธรรมการสื่อสารแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อและประชาชนทั่วไปที่ใช้สื่อออนไลน์ในการแสดงความคิดเห็น เพื่อลดความเสี่ยงต่อการกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทและความผิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง
- ควรพัฒนากลไกทางกฎหมายให้สอดคล้องกับบริบทของสื่อดิจิทัล เพื่อให้สามารถคุ้มครองสิทธิของประชาชนได้อย่างเหมาะสม ในขณะเดียวกันก็ต้องคุ้มครองเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อและสื่อมวลชนอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- ควรศึกษาคดีหมิ่นประมาทในศาลชั้นต้นและศาลอุทธรณ์เพื่อให้เห็นภาพรวมของกระบวนการยุติธรรม
- ควรศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายหมิ่นประมาทระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ
- ควรศึกษาผลกระทบของคดีหมิ่นประมาทต่อเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและการทำงานของสื่อมวลชน

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและวิธีการ*. ภาพพิมพ์.
คณิต ญ นคร. (2563). *กฎหมายอาญา ภาคความผิด (พิมพ์ครั้งที่ 11)*. วิญญูชน.
เฉลิมศักดิ์ ตรีพนากร. (2542). *การกระทำความผิดอาญาโดยวาจา: ศึกษากรณีขอบเขตความรับผิดชอบและสภาพบังคับของความผิดฐานหมิ่นประมาท* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
นรินทร์ นำเจริญ. (2549). *การวิเคราะห์คดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน: ศึกษาจากคำพิพากษาศาลฎีกา พ.ศ.2520-2547*. คณะการสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



นรินทร์ นำเจริญ. (2559). การวิเคราะห์คดีหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน: ศึกษาจากคำพิพากษาศาลฎีกา พ.ศ.2548–2557. คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เพิ่มพร ณ นคร และ ณิชฎฐ์วัฒน์ ชนพรณสิน. (2560). การใช้ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อกับสื่อมวลชน. วารสารการสื่อสารมวลชน, 5(2), 144-163. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/masscomm/article/view/107512/85070>

รุ่งระวี สุนทรวิระ. (2560). การดำเนินคดีอาญฐานหมิ่นประมาทเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทุจริตและประพฤติมิชอบของเจ้าหน้าที่รัฐ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รุ่งวิทย์ มาศงามเมือง, วรุฒิ กำพลวิชาติพัฒน์, และ ฤดี คำอินทร์. (2564). หมิ่นประมาท. กรุงเทพมหานคร: พัชรีพิมพ์. วราพร คำจับ. (2560). การสื่อสารในยุคดิจิทัล. สหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี, 3(1), 46-50.

สหรัฐ กิติ ศุภการ. (2568). หมิ่นประมาทและความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ หลักกฎหมายและการดำเนินคดี. อมรินทร์ คอร์เปอเรชั่นส์.

สำนักข่าวประชาไท. (2564, 1 เมษายน). ความจริงที่ต้องพูดถึง : คดีหมิ่นประมาท 6 ปี 2.6 หมื่นคดี คนที่ตรวจสอบรัฐ-บริษัท ถูกฟ้องปิดปากก็มาก. <https://prachatai.com/journal/2021/04/92386>

Dennis, E. E., & Merrill, J. C. (1991). *Media debates: Issues in mass communications*. Addison-Wesley Longman Ltd.

การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดสำหรับนักศึกษาใหม่ (Gen Z)
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

DESIGNING TOURIST ROUTES IN ROI ET PROVINCE FOR FRESHMEN (Gen Z):
A CASE STUDY OF ROI ET RAJABHAT UNIVERSITY

วัลลัณิมิต สนิทนวน¹ นริษา ศรีโกคา² และจุฑารัตน์ จิตต์ถนอม^{3*}
Wannimit Sanitnuan¹, Narisa Sripthoka², and Chutharat Chitthanom^{3*}

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

^{1,2,3}Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

*Corresponding Author, E-mail: Chutharatreru.klao@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดสำหรับนักศึกษาใหม่ (Gen Z) มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยวของนักศึกษาใหม่ (2) ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักศึกษาใหม่ และ (3) ประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาใหม่ต่อเส้นทางท่องเที่ยวที่ออกแบบให้เหมาะสมกับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 19 คน ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามนักศึกษาใหม่จำนวน 300 คน ซึ่งสุ่มตัวอย่างเป็นแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งใช้การตรวจสอบสามเส้าเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาใหม่ให้ความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ผสมผสานมิติทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ นิยมเดินทางร่วมกับเพื่อน และใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูล ความต้องการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการสร้างประสบการณ์ที่ตอบสนองการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนวันหยุด ผลการประเมินความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวที่ออกแบบ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และนักศึกษามีความตั้งใจจะเดินทางตามเส้นทางจริง

คำสำคัญ: เส้นทางท่องเที่ยว นักศึกษาใหม่ Gen Z

Abstract

Research on “Designing tourism routes in Roi Et province for freshmen: A case study of Roi Et Rajabhat University” aimed to (1) examine university freshmen’s needs and interests of university freshmen (2) design appropriate tourism routes for university freshmen, and (3) to evaluate university freshmen satisfaction with the designed tourism routes. A mixed-methods

approach was employed. Qualitative data were collected through in-depth interviews with 19 first-year freshmen selected using purposive sampling, while quantitative data was obtained from questionnaires distributed to 300 freshmen using convenience sampling. The research instruments included interview guidelines and questionnaires. Data was analyzed using descriptive statistics, namely percentages, means, and standard deviations. Triangulation was applied to enhance the credibility of the qualitative findings. The results indicated that university freshmen showed a high level of interest in tourism destinations integrating cultural, historical, and natural elements. Most participants preferred traveling with friends and relied on social media platforms to obtain tourism-related information. Overall tourism needs were rated at the highest level, particularly in terms of safety, convenience, and facilities, as well as experiences supporting learning and personal development. The most influential factors affecting travel decisions were tourist attractions and the availability of holidays. The evaluation of satisfaction with the designed tourism routes revealed the highest level of satisfaction. Students expressed strong intentions to follow the routes in actual travel, perceiving them as suitable for the target group, systematically organized, easy to understand, and capable of encouraging real tourism participation among university freshmen.

Keywords: Travel Routes, University Freshmen, Gen Z

บทนำ

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นหนึ่งในกลไกทางเศรษฐกิจที่สำคัญของโลก ทั้งในด้านการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการเชื่อมโยงวัฒนธรรมระหว่างประเทศ โดยก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภาคการท่องเที่ยวมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศโลก และสนับสนุนการจ้างงานมากกว่า 300 ล้านตำแหน่งทั่วโลก (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2024) อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ และการจ้างงาน สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวสู่แนวทางที่ยืดหยุ่นและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับความปลอดภัย สุขภาพ และความรับผิดชอบต่อสังคม (Gössling et al., 2020; United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2018) การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นควบคู่กับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูล การตัดสินใจ และการแบ่งปันประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ เทคโนโลยีดิจิทัลจึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบการรับรู้และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน (Hays et al., 2013; Buhalis & Sinarta, 2019; López-Naranjo et al., 2025)

ในบริบทของประเทศไทย ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ โดยมีบทบาทต่อรายได้ประชาชาติ การจ้างงาน และการพัฒนาในระดับพื้นที่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565; กรมการท่องเที่ยว, 2565) ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาด ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อฟื้นฟูและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้อง

กับบริบทใหม่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566; UNWTO, 2018) ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล ให้ความสำคัญกับคุณค่า ความยั่งยืน และประสบการณ์ที่มีความหมาย แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อรูปแบบการพัฒนาและการออกแบบประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวในอนาคต (Han et al., 2016; Panwanitdumrong & Chen, 2021; Booking.com, 2022) แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมทางสังคมและทุนทางสังคมยังมีบทบาทต่อการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า โดยการท่องเที่ยวสามารถเป็นกลไกในการสร้างความสัมพันธ์ การเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมในชุมชน (Putnam, 2000; Richards, 2011; Stuckey & Nobel, 2010) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันยังสามารถส่งเสริมการปรับตัวทางสังคมของบุคคล โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาใหม่ที่ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมและบริบททางสังคมที่แตกต่างจากเดิม การมีโอกาสร่วมทำกิจกรรมที่และชุมชนรอบมหาวิทยาลัยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงสามารถช่วยสร้างความคุ้นเคย ความสัมพันธ์ และประสบการณ์ร่วมทางสังคมได้มากยิ่งขึ้น ประเด็นดังกล่าวเชื่อมโยงกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (UNWTO, 2018; สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2566) จากบริบทของการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนบทบาทที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่อย่าง Generation Z ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวและการออกแบบประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น (Hays et al., 2013; Buhalis & Sinarta, 2019; López-Naranjo et al., 2025; Han et al., 2016; Panwanitdumrong & Chen, 2021) ในขณะเดียวกัน จังหวัดร้อยเอ็ด ก็เป็นอีกบริบทหนึ่งที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งกิจกรรมและการเรียนรู้นอกห้องเรียน โดยเฉพาะสำหรับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่กำลังอยู่ในช่วงของการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ การทำความเข้าใจกับสถานที่ บริการ และกิจกรรมจึงมีส่วนสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์และความคุ้นเคยกับพื้นที่ กลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยนี้เลือกเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่กำลังอยู่ในช่วงของการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะนักศึกษาใหม่ที่ยังไม่คุ้นเคยกับสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียง การศึกษาในกลุ่มนี้จึงสามารถสะท้อนความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาในกรอบของการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยวของนักศึกษาใหม่ ในบริบทที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่ข้อเสนอเชิงพัฒนาที่สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวร่วมสมัย สามารถนำมาปรับใช้กับการเรียนรู้นอกสถานที่ของนักศึกษาและเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในจังหวัด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยวของนักศึกษาใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
2. เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักศึกษาใหม่มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด (Gen Z)
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดที่ออกแบบให้เหมาะสมกับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ทบทวนวรรณกรรม

Dickman (1997) ได้เสนอแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ซึ่งประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ที่พัก (Accommodation) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และกิจกรรม (Activities) โดยองค์ประกอบดังกล่าวถือเป็นปัจจัยพื้นฐาน ที่สะท้อนถึงความพร้อมและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ต่อมา Kokkhangplu และ Kaewnuch (2021) ได้ชี้ให้เห็นว่า แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและความเหมาะสมของเส้นทางให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และในปัจจุบันแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวแนวคิด 6A's (Buhalis, 2000) ได้เพิ่มองค์ประกอบด้านบริการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ (Ancillary services) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว คณะผู้วิจัยเห็นว่าไม่ได้เป็นตัวแปรหลักในงานวิจัยนี้ ดังนั้นจึงใช้กรอบแนวคิด 5A's ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของการศึกษาในครั้งนี้

Maslow (1943) ได้อธิบายลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรักและความเป็นส่วนหนึ่ง ความต้องการการยอมรับนับถือ และความต้องการการเติมเต็มตนเอง ซึ่งความต้องการดังกล่าวเป็นแรงจูงใจสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของบุคคล และ Urbinner (2021) ระบุว่า แนวคิดลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อทำความเข้าใจความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละระดับได้อย่างเหมาะสม

เบญญาภา รักท้วม (2567) กล่าวว่า การตัดสินใจในการท่องเที่ยวของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย ตลอดจนปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทในการกำหนดพฤติกรรม ความสนใจและการเลือกตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

Tiffin และ McCormick (1965) อธิบายว่า ความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของบุคคลกับประสบการณ์จริงที่ได้รับจากการตัดสินใจ หากผลลัพธ์ที่ได้รับสอดคล้องหรือสูงกว่าความคาดหวัง จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจิตต์นันทน์ เดชะรุตน์ (2544) ที่ระบุว่า ความพึงพอใจเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินผลการตัดสินใจและสามารถใช้สะท้อนความเหมาะสมของกิจกรรมหรือเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับการออกแบบขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดสำหรับนักศึกษาใหม่ (Gen Z) มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด” นี้ ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ปีการศึกษา 2568 จำนวน 1,138 คนกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.1 เชิงคุณภาพ ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สัมภาษณ์นักศึกษาชั้นปีที่ 1 โดยไม่นำคนที่อ่านไม่ออก เขียนไม่ได้ หรือมีปัญหาสุขภาพร่างกาย/จิต เข้าร่วมการวิจัยนี้ โดยมุ่งเน้นไปที่

นักศึกษาที่มาจากต่างถิ่น จำนวน 19 คน จาก 6 คณะ ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ คณะครุศาสตร์
คณะนิติรัฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี คณะพยาบาลศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.2 เชิงปริมาณ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน
ขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้ศึกษาความสนใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยการ
เลือกแหล่งท่องเที่ยว และความคิดเห็นต่อเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักศึกษาใหม่ โดยสัมภาษณ์
รายบุคคล คนละ 50–60 นาที และมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรตามคำตอบของผู้สัมภาษณ์

2.2 แบบสอบถาม ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งเป็น
5 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยว (Maslow, 1943) ปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจท่องเที่ยว (เบญญาภา รักท้วม, 2567) ความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวที่ออกแบบ (Tiffin &
McCormick, 1965) ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิง
เนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
(Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นเมื่อจำแนกตามหัวข้อ ได้แก่ ปัจจัยความต้องการ
และความสนใจในการท่องเที่ยว ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.906 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ค่าความ
เชื่อมั่นเท่ากับ 0.849 และความพึงพอใจต่อเส้นทางที่ออกแบบสำหรับนักศึกษาใหม่ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ
0.928 ซึ่งมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง (Cronbach, 1951) เมื่อเก็บข้อมูลครบสมบูรณ์
แล้ว จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปวิเคราะห์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 เชิงคุณภาพ วิเคราะห์ด้วยการพรรณนา (Narrative Description) และตรวจสอบความ
น่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยการตรวจสอบสามเส้า การตรวจสอบข้อมูล (Triangulation) ซึ่งมีดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบแหล่งข้อมูล
ที่ได้มา ประกอบด้วย เวลา สถานที่ บุคคลที่ตอบ ถ้าข้อมูลที่ได้มามีความหมายเหมือนกันจากหลายที่ถือว่าข้อมูล
นั้นเชื่อถือได้

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation)
เป็นการตรวจสอบความถูกต้องด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วน
ร่วม ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 เชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ
(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับข้อคำถามที่
เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยนำมาคำนวณค่าเฉลี่ยและแปลผลตามเกณฑ์การแบ่งช่วง
อันตรภาคชั้น โดยมีช่วงความกว้างเท่ากับ 0.80 (จุฑาลักษณ์ ทองประทุน, 2562) ซึ่งสามารถแปลความหมาย
ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง น้อยที่สุด, 1.81–2.60 หมายถึง น้อย, 2.61–3.40 หมายถึง ปานกลาง,
3.41–4.20 หมายถึง มาก และ 4.21–5.00 หมายถึง มากที่สุด

กระบวนการในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว นั้น เกิดจากการนำคำตอบของผู้สัมภาษณ์
มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ ซึ่งจะได้มาซึ่งผลลัพธ์ของสถานที่ที่นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่สนใจ และทางคณะผู้วิจัย
เลือกใช้โปรแกรม Canva ในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งได้ศึกษาเส้นทางทางโปรแกรมสถานที่
รวมไปถึงวางแผนระยะเวลาในการขับขี่ระหว่างสถานที่ตาม Google Maps (2026) เป็นการเลือกใช้

รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง และได้มีการทดลองเดินทางตามสถานที่จริงในเส้นทางที่ออกแบบ ซึ่งสาเหตุที่เลือกออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวในลักษณะ One Day Trip เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของการศึกษา คือ นักศึกษาใหม่ (Gen Z) ซึ่งส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านเวลา งบประมาณ และตารางการเรียน การจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ ไป-กลับภายในหนึ่งวันจึงมีความเหมาะสมกับวิถีชีวิตของนักศึกษา เนื่องจากสามารถเดินทางได้สะดวก ใช้ระยะเวลาไม่นาน และไม่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายสูงเกินไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการศึกษาความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยวของนักศึกษาใหม่ (Gen Z)

สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จากการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษาใหม่มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น วัดและโบราณสถาน รวมถึงสถานที่สำคัญของจังหวัดอย่างหอโหวด และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น บึงปลาญชัย ซึ่งช่วยให้เกิดความผ่อนคลายและประสบการณ์ใหม่ ๆ นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมเดินทางร่วมกับเพื่อนในช่วงวันหยุด และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเดินทางเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังต้องการเส้นทางที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ปิมน้ำมัน ร้านอาหาร และจุดพักระหว่างทาง ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายของนักศึกษาใหม่

ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) จากการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่เข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook เนื่องจากเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย ค้นหา และมีข้อมูลรีวิวจากผู้ที่เคยเดินทางจริง ทั้งภาพถ่ายและวิดีโอ ซึ่งช่วยให้ตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม นักศึกษายังพบปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัญหาการจราจรติดขัดในช่วงวันหยุดยาว เนื่องจากเป็นช่วงที่มีผู้เดินทางท่องเที่ยวจำนวนมาก

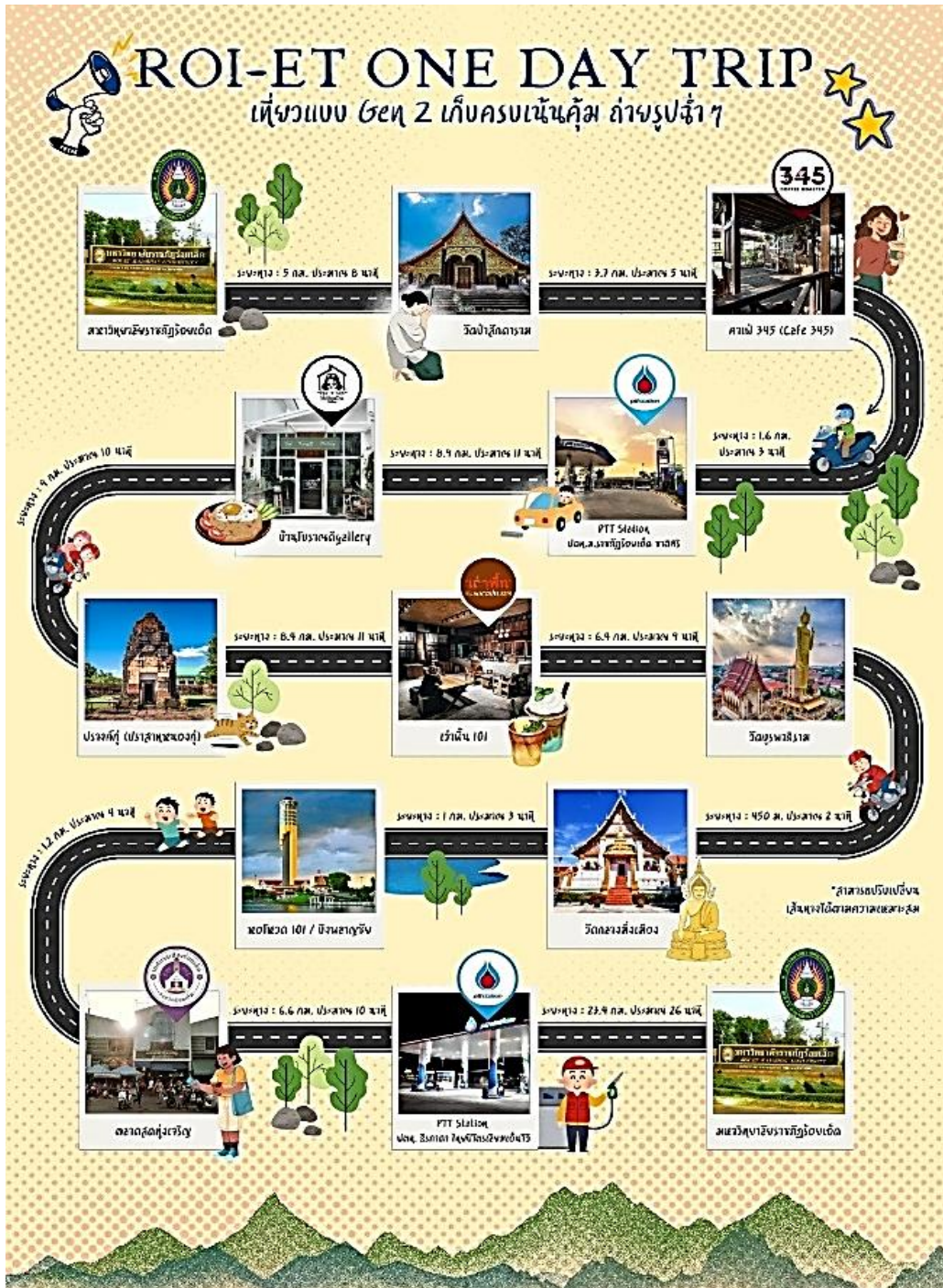
ที่พัก (Accommodation) จากการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษาใหม่เลือกที่พักโดยให้ความสำคัญกับความความสะดวกสบายเป็นหลัก เช่น ที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว เดินทางสะดวก อยู่ใกล้ชุมชน และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้าและร้านสะดวกซื้อ ซึ่งช่วยเพิ่มความปลอดภัยและความสะดวกในการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) จากการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่นิยมใช้รถจักรยานยนต์ในการท่องเที่ยว เนื่องจากมีความสะดวก คล่องตัว สามารถเดินทางกับเพื่อนได้ง่าย และสามารถแวะชมวิวหรือถ่ายภาพระหว่างทางได้สะดวก

กิจกรรม (Activity) จากการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษาใหม่สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ Gen Z เช่น การไปคาเฟ่และการถ่ายภาพ นอกจากนี้ ยังต้องการเส้นทางท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ เช่น ปิมน้ำมัน ร้านอาหาร และจุดพัก รวมถึงมีข้อมูลระยะทางและรายละเอียดสถานที่เพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทาง

2. ผลการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักศึกษาใหม่ (Gen Z)

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของนักศึกษาใหม่ Generation Z โดยเส้นทางที่ออกแบบมีการจัดลำดับสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีข้อมูลระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางที่ชัดเจน มีจุดแวะพัก เช่น ปิมน้ำมัน ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และคาเฟ่ รวมถึงมีการนำเสนอข้อมูลสถานที่ด้วยรูปแบบที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนการเดินทางของนักศึกษาใหม่



ภาพที่ 1: เส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักศึกษาใหม่

ROI-ET ONE DAY TRIP

เที่ยวแบบ Gen Z เก็บครบแน่นคุ้ม ค่าจรูปซ้ำๆ

📍 จุดที่ 1: วัดป่าสักดารามา บ้านท่าม่วง ต.ท่าม่วง อ.เสลภูมิ จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เปิด 24 ชั่วโมง
กิจกรรม: ไหว้พระ ทำบุญ บรรยากาศสงบ ระยะทาง: 5 กม. | 🕒 8 นาที

📍 จุดที่ 2: คาเฟ่ 345 (Cafe 345) บ้านดงสว่าง ต.เกาะแก้ว อ.เสลภูมิ จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เวลา 9:00 น. - 16:00 น.
กิจกรรม: พักดื่มกาแฟ, ถ่ายรูปบรรยากาศคาเฟ่สวย ๆ ระยะทางจากวัดป่าสักดารามา: 3.7 กม. | 🕒 5 นาที

📍 จุดที่ 3: PTT Station ปตท.ม.ราชภัฏร้อยเอ็ด ซาดิสรี ปีโตรเลียม ต.เกาะแก้ว อ.เสลภูมิ จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เวลา 04:30 น. - 22:30 น.
กิจกรรม: เติมน้ำมัน, ซื้อของร้านสะดวกซื้อ, เข้าห้องน้ำ, พักรถ ระยะทางจากคาเฟ่ 345: 1.6 กม. | 🕒 3 นาที

📍 จุดที่ 4: บ้านโบราณดีgallery ต.รวิชัย อ.รวิชัย จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เวลา 07:00 น. - 17:00 น.
กิจกรรม: เรียนรู้สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น, ถ่ายรูปบ้านโบราณ ระยะทางจากบ้านซาดิสรี: 8.9 กม. | 🕒 11 นาที

📍 จุดที่ 5: ปรามัญ (ปราสาทหนองภู) ต.มะฮี อ.รวิชัย จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เวลา 08:00 น. - 18:00 น.
กิจกรรม: ชมโบราณสถานเก่าแก่, เรียนรู้ประวัติศาสตร์เขมรในพื้นที่ ระยะทางจากบ้านโบราณดี: 9 กม. | 🕒 10 นาที

📍 จุดที่ 6: เว้าพัน 101 ต.เหนือเมือง อ.เมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เวลา 11:00 น. - 16:00 น.
กิจกรรม: รับประทานอาหารพื้นเมือง, สัมผัสบรรยากาศชุมชน ระยะทางจากปรามัญ: 8.4 กม. | 🕒 11 นาที

📍 จุดที่ 7: วัดบูรพาภิราม ต.ในเมือง อ.เมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เวลา 05:00 น. - 19:00 น.
กิจกรรม: ทราบพระยืนองค์ใหญ่ที่สุดในไทย (67 ม.), ถ่ายรูป ระยะทางจากเว้าพัน: 6.4 กม. | 🕒 9 นาที

📍 จุดที่ 8: วัดกลางมิ่งเมือง ต.ในเมือง อ.เมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด
กิจกรรม: ทำบุญ, ชมพระอุโบสถเก่าแก่ ระยะทางจากวัดบูรพาภิราม: 450 ม. | 🕒 2 นาที

📍 จุดที่ 9: หอโหวด 101 เปิดทุกวัน เวลา 09:00 น. - 18:00 น.
+ บึงพลาญชัย ต.ในเมือง อ.เมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เวลา 04:00 น. - 21:00 น.
กิจกรรม: ชมวิว 360° จากหอโหวด, เดินเล่น/ถ่ายรูปที่บึงพลาญชัย ระยะทางจากวัดกลางมิ่งเมือง: 1 กม. | 🕒 3 นาที

📍 จุดที่ 10: ตลาดสดทุ่งเจริญ ต.ในเมือง อ.เมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เวลา 05:30 น. - 21:00 น. (แนะนำให้ไปช่วงเช้าตรู่และช่วงเย็น)
กิจกรรม: เดินตลาด, สัมผัสอาหารพื้นเมือง, ซื้อของฝาก ระยะทางจากบึงพลาญชัย: 1.2 กม. | 🕒 4 นาที

📍 จุดที่ 11: PTT Station ปตท.ไทยปิโตรเลียมอินวีวี ต.มะฮี อ.เขียงชัย จ.ร้อยเอ็ด เปิดทุกวัน เปิด 24 ชั่วโมง
กิจกรรม: เติมน้ำมัน, ซื้อของร้านสะดวกซื้อ, เข้าห้องน้ำ, พักรถ ระยะทางจากตลาดสดทุ่งเจริญ: 6.6 กม. | 🕒 10 นาที

📍 เดินทางกลับมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ระยะทาง: 23.4 กม. | 🕒 26 นาที



ภาพที่ 2: กำหนดการเดินทางเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักศึกษาใหม่

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดที่ออกแบบให้เหมาะสมกับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 172 คน (ร้อยละ 57.30) มี อายุระหว่าง 18-20 ปี จำนวน 221 คน (ร้อยละ 73.70) และมี รายได้ต่อเดือน 3,001-7,000 บาท จำนวน 133 คน (ร้อยละ 44.30) โดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดร้อยเอ็ด

จำนวน 155 คน (ร้อยละ 51.70) และกำลังศึกษาอยู่ใน ชั้นปีที่ 1 จำนวน 289 คน (ร้อยละ 96.30) นอกจากนี้ ยังพบว่าส่วนใหญ่สังกัด คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์ จำนวน 111 คน (ร้อยละ 37.00) และศึกษาใน สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ จำนวน 81 คน (ร้อยละ 27.00) อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 277 คน (ร้อยละ 92.30)

ตารางที่ 1: ผลการศึกษาความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยว

ความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ความต้องการทางกายภาพ	4.52	0.56	มากที่สุด
2. ความปลอดภัย	4.50	0.57	มากที่สุด
3. ความรักและความเป็นส่วนหนึ่ง	4.36	0.56	มากที่สุด
4. การยอมรับและความภาคภูมิใจ	4.27	0.58	มากที่สุด
5. การเติมเต็มตนเอง	4.38	0.51	มากที่สุด
รวม	4.41	0.56	มากที่สุด

ความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยว จากการศึกษพบว่า นักศึกษาใหม่มหาวิทยาลัย ราชภัฏร้อยเอ็ด มีความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณา รายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความต้องการทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) ด้านการเติมเต็มตนเอง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) ด้านความรักและความเป็นส่วนหนึ่ง ($\bar{X} = 4.36$) และด้านการยอมรับและความภาคภูมิใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2: ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	4.19	0.72	มาก
2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม	4.29	0.62	มากที่สุด
3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์	4.36	0.56	มากที่สุด
4. ปัจจัยการตลาดและการส่งเสริมการขาย	3.97	1.30	มาก
5. ปัจจัยด้านอื่น ๆ	4.38	0.65	มากที่สุด
รวม	4.24	0.77	มากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว จากการศึกษพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักศึกษาใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมา คือ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ อยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$) และปัจจัยการตลาดและการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ ในด้านของปัจจัยทางเศรษฐกิจ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าที่พึงส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.26$)

รองลงมาคือ ค่าพาหนะเดินทาง ($\bar{X} = 4.24$) ส่วนปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ผู้ร่วมเดินทางมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.37$) ขณะที่ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สภาพอากาศหรือช่วงฤดูกาล และความสะดวกสบายในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.39$) สำหรับปัจจัยการตลาดและการส่งเสริมการขาย พบว่า การประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตและการบอกปากต่อปากมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.03$) และในปัจจัยด้านอื่น ๆ พบว่า ประเภทแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมา คือ จำนวนวันหยุดที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$)

ตารางที่ 3: ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อเส้นทางที่ออกแบบสำหรับนักศึกษาใหม่ (Gen Z)

ความพึงพอใจต่อเส้นทางที่ออกแบบสำหรับนักศึกษาใหม่ (Gen Z)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเข้าใจของเส้นทาง	4.30	0.64	มากที่สุด
2. ความน่าสนใจของเส้นทาง	4.27	0.61	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.31	0.64	มากที่สุด
4. ความตั้งใจเดินทางจริง	4.35	0.61	มากที่สุด
รวม	4.30	0.63	มากที่สุด

ความพึงพอใจต่อเส้นทางที่ออกแบบสำหรับนักศึกษาใหม่ (Gen Z) จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อเส้นทางที่ออกแบบมาสำหรับนักศึกษาใหม่ (Gen Z) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ความตั้งใจเดินทางจริง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ความเข้าใจของเส้นทาง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) และความน่าสนใจของเส้นทาง อยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ โดยความตั้งใจเดินทางตามเส้นทางจริงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของเส้นทางกับกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.31$) ความชัดเจนและความเข้าใจของเส้นทาง ($\bar{X} = 4.30$) และ ความน่าสนใจของเส้นทาง ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า เส้นทางสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้วางแผนท่องเที่ยวในอนาคต ($\bar{X} = 4.40$) มีความสนใจที่จะเดินทางตามเส้นทางจริง ($\bar{X} = 4.38$) และการออกแบบเส้นทางมีข้อมูลชัดเจน เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.36$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เส้นทางที่ออกแบบมีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษาใหม่ (Gen Z) ได้เป็นอย่างดี

อภิปรายและสรุปผลวิจัย

นักศึกษาใหม่มีความต้องการและความสนใจในการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ควบคู่กับความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัย และความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ของ Dickman (1997) ในบางองค์ประกอบ ได้แก่ ด้านแหล่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว (Activities) และแนวคิดของ Kokkhangplu และ Kaewnuch (2021) ที่เสนอว่า องค์ประกอบดังกล่าวสามารถใช้เป็นกรอบในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การให้ความสำคัญกับความสะอาดสบาย ความปลอดภัย การเดินทางร่วมกับเพื่อนและกิจกรรมที่เอื้อต่อการสร้างประสบการณ์ร่วม ซึ่งสะท้อนจากผลการศึกษาด้านความต้องการท่องเที่ยวและปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (1943) โดยเฉพาะความต้องการทางกายภาพและความปลอดภัย ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการตัดสินใจเดินทางขณะที่ความต้องการด้านความสัมพันธ์ การยอมรับ และการเติมเต็มตนเองมีบทบาทในระดับรองลงมา สอดคล้องกับแนวคิดของ Urbinner (2021) ที่ประยุกต์ใช้ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ในการอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ปัจจัยด้านลักษณะแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาและวันหยุด ความสะดวกในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่าย และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักศึกษาใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเบญญาภา รักษา (2567) ที่ชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และการตลาดร่วมกัน

ในด้านความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวที่ออกแบบ พบว่านักศึกษาใหม่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ความเข้าใจในเส้นทางและความตั้งใจในการเดินทางจริง ผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของ Tiffin และ McCormick (1965) และจิตต์นันท์ เดชะรุตน์ (2544) ที่ระบุว่า ความพึงพอใจเกิดจากความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้รับและสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความเหมาะสมของเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับการออกแบบได้อย่างชัดเจน

สรุปผล

จากการวิจัย สามารถสรุปได้ว่า การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดสำหรับนักศึกษาใหม่ Generation Z ได้พัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบไป-กลับภายในวันเดียว (One-day Trip) ที่มีความเหมาะสมกับความต้องการและลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถตอบสนองทั้งด้านความสะดวก ความปลอดภัย และประสบการณ์เชิงคุณค่าที่ผู้เข้าร่วมจะได้รับ เส้นทางที่พัฒนาขึ้นกำหนดจุดเริ่มต้นที่เอื้อต่อการนัดหมายและการรวมกลุ่มของนักศึกษา พร้อมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเป็นลำดับตามระยะทางและช่วงเวลาอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเดินทางและการบริหารเวลาในการท่องเที่ยว ทั้งนี้ จากระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่าเส้นทางที่ออกแบบมีศักยภาพในการนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด ตลอดจนบูรณาการเข้ากับการเรียนการสอนหรือกิจกรรมเสริมหลักสูตรได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2565). *รายงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และชุมชน*. กรมการท่องเที่ยว.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *รายงานผลการดำเนินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *รายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จิตต์นันท์ เดชะรุตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- จุฬาลักษณ์ ทองประทุม. (2562). การรับรู้แรงจูงใจ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/7088/>
- เบญญาภา รักท้วม. (2567). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/10948/>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2566). การส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวของเยาวชน Gen Z. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- Booking.com. (2022). *Sustainable travel report 2022*. <https://content.presspage.com/uploads/685/booking.comsustainabletravelreport2022-newzealand.pdf>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Dickman, S. (1997). *Tourism: An Introductory Text*. Hodder Headline.
- Google Maps. (2026). *Directions from มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด to selected attractions in จังหวัดร้อยเอ็ด* [Online map]. <https://surl.lt/wpkuft>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Han, J. H., Lee, M. J., & Hwang, Y.-S. (2016). Tourists' environmentally responsible behavior in response to climate change and tourist experiences in nature-based tourism. *Sustainability*, 8(7), 644. <https://doi.org/10.3390/su8070644>
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211–239. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>
- Kokkhangplu, A., & Kaewnuch, K. (2021). Importance and performance analysis on tourism components in the south of Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 42(2), 275–280. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/250922>
- López-Naranjo, A. L., Puente-Riofrio, M. I., Carrasco-Salazar, V. A., Erazo-Rodríguez, J. D., & Buñay-Guisñan, P. A. (2025). Artificial intelligence in the tourism business: A systematic review. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 8, 1599391. <https://doi.org/10.3389/frai.2025.1599391>



- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
<https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Panwanitdumrong, K., & Chen, C.-L. (2021). Investigating factors influencing tourists' environmentally responsible behavior with extended theory of planned behavior for coastal tourism in Thailand. *Marine Pollution Bulletin*, 169, 112507.
<https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2021.112507>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Stuckey, H. L., & Nobel, J. (2010). The connection between art, healing, and public health: A review of current literature. *American Journal of Public Health*, 100(2), 254–263.
<https://doi.org/10.2105/AJPH.2008.156497>
- Tiffin, J. & McCormick, E. J. (1965). *Industrial Psychology*. Prentice Hall.
- United Nations World Tourism Organization [UNWTO]. (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419401>
- Urbinner. (2021, October 16). ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs). <https://www.urbiner.com/post/maslow-hierarchy-of-needs>
- World Travel & Tourism Council [WTTC]. (2024). *Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR)*. <https://wttc.org/research/economic-impact>

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด SATISFACTION OF AUDITORIUM USERS AT ROI-ET RAJABHAT UNIVERSITY

รุ่งอรุณ ชัยศิริรัตน์^{1*} และชลทิศ ภูโพนม่วง²
Roongaroon Chaisirirat^{1*} and Cholrathit Phuphonmuang²

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
²นักศึกษาสาขาวิชานวัตกรรมบริการและการท่องเที่ยว
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

¹Lecturer, Hotel and Tourism Business Management Program,
Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

²Student, Innovation in Services and Tourism Program,
Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

*Corresponding Author, E-mail: Roongaroon.baac@reru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษา บุคลากร อาจารย์ และบุคคลภายนอกที่มาใช้บริการหอประชุมจำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 20 ปี และ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มีสถานภาพเป็นนักศึกษา รองลงมา คือ บุคลากร โดยมีความถี่ในการใช้บริการหอประชุม 1-3 ครั้ง และ 10 ครั้งขึ้นไป วัตถุประสงค์ในการใช้บริการส่วนใหญ่เพื่อจัดกิจกรรมของนักศึกษา รองลงมา คือ งานประชุมและนิทรรศการ เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริการและการจัดการ และด้านกายภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด ส่วนด้านเทคโนโลยีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยด้านบริการและการจัดการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม ด้านกายภาพให้ความสำคัญกับ ความสะอาด ความมั่นคง แข็งแรงของอาคาร และความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุนการใช้งาน ขณะที่ ด้านเทคโนโลยีให้ความสำคัญกับระบบเสียง ระบบภาพ และระบบการสื่อสารภายในหอประชุม

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการ หอประชุม

Abstract

This research aimed to examine the satisfaction of users of the auditorium at Roi Et Rajabhat University. A total of 390 respondents participated in this study, including students, university staff, lecturers, and external users who utilized the auditorium services. A questionnaire

was employed as the research instrument for data collection. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results indicated that most respondents were female, aged 20 years and below and 21–30 years. The majority held a bachelor's degree, followed by those with upper secondary education or vocational certificates. Most respondents were students, followed by university staff. The frequency of auditorium usage was mainly 1–3 times and more than 10 times. The primary purpose of using the auditorium was for student activities, followed by meetings and exhibitions. Regarding satisfaction with the auditorium services, the findings revealed that satisfaction with service and management as well as physical facilities was at the highest level, while satisfaction with technology was at a high level. In terms of service and management, users placed importance on overall service quality, safety, and environmental considerations. For physical facilities, cleanliness, structural stability, and the adequacy of supporting equipment were considered most important. Concerning technology, users emphasized sound and visual systems, as well as internal communication systems within the auditorium.

Keywords: Satisfaction, Service users, Auditorium

บทนำ

ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระดับโลก ด้วยความหลากหลายของทรัพยากรทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ อาหาร วิถีชีวิต และมรดกทางประวัติศาสตร์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยในเชิงเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้หลักของประเทศ ส่งผลให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระตุ้นการเติบโตของธุรกิจบริการ อาทิ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง การจัดประชุม และธุรกิจของที่ระลึก จากสถิติรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2567 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 350,957,907 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 2,782,768.82 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567)

ในบริบทของอุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการหรือธุรกิจไมซ์ (MICE: Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions) เป็นภาคส่วนที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในระดับโลก และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างประเทศ จากข้อมูลของ Union of International Associations (UIA) และ International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่า ในแต่ละปีมีการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับนานาชาติจำนวนมากหลายหมื่นรายการ โดยเมืองสำคัญ เช่น ปารีส เวียนนา บาร์เซโลนา สิงคโปร์ และกรุงเทพมหานคร ได้รับการจัดอันดับให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านไมซ์ ชั้นนำของโลก (International Congress and Convention Association, 2023) ทั้งนี้ ธุรกิจไมซ์ยังถือเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริม Soft Power ของประเทศ ผ่านการนำเสนอศักยภาพทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี

สำหรับประเทศไทย ธุรกิจไมซ์ได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรมจากภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand Convention and Exhibition Bureau: TCEB) ซึ่งมีบทบาทสำคัญใน

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสถานที่จัดประชุม การอำนวยความสะดวก และการพัฒนาบุคลากร เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของประเทศในเวทีระดับนานาชาติ (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2023) องค์ประกอบสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย คือ สถานที่จัดงานไมซ์ (MICE Venue) โดยสถานที่จัดงานต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งด้านกายภาพ (Physical) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ตลอดจนด้านบริการและการจัดการ (Service and Management) เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมที่หลากหลายและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม สถานที่จัดงานหลายแห่งยังประสบปัญหาเกี่ยวกับความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก การบริหารจัดการพื้นที่ และการให้บริการที่อาจไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน ส่งผลต่อคุณภาพของการจัดกิจกรรมและภาพลักษณ์ของสถานที่จัดงาน

จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการพัฒนาในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมกิจกรรมทางธุรกิจและการจัดประชุมสัมมนา เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดในฐานะศูนย์กลางการจัดกิจกรรมระดับภูมิภาค ปัจจุบันจังหวัดร้อยเอ็ดมีสถานที่จัดประชุมและหอประชุมหลายแห่งที่ได้มาตรฐาน ทั้งในภาคเอกชนและภาคการศึกษา โดยเฉพาะหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญในการรองรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ สำหรับผู้ใช้บริการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงให้มีมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ทั้งด้านกายภาพ ด้านเทคโนโลยี และด้านบริการและการจัดการจึงเป็นแนวทางสำคัญในการสะท้อนถึงจุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุงของสถานที่จัดงาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการและเพิ่มประสิทธิภาพ ในการใช้ประโยชน์จากหอประชุมให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในงานวิจัยด้านการบริการและการจัดการ เนื่องจากความพึงพอใจสะท้อนถึงการรับรู้และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสถานที่และการให้บริการ โดยมีแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ได้ให้ความหมายของคำว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ Wolman (1973) ได้นิยามคำว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อคนได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

Oliver (1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือ การตอบสนองที่แสดงถึงความรู้ประสงค์ของลูกค้า เป็นวิจารณ์ญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันแต่มุมมองของแต่ละคน

Millet (2012) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือ ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) 2) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

Su et al. (2016) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ หมายถึง เป็นการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีความเกี่ยวข้องกับการ ให้บริการทางด้านผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการว่าผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการมีประสิทธิภาพ หรือคุณภาพหรือไม่ซึ่งการให้บริการนั้น ๆ จะมีความเกี่ยวข้องกับการเปรียบเทียบและประเมินในภาพรวมของคุณภาพทางการให้บริการ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อผู้รับบริการได้รับสิ่งที่ตรงกับความต้องการหรือความคาดหวังของตนเอง การที่บุคคลรู้สึกพึงพอใจมักเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งอาจมาจากคุณภาพของการบริการ ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ความสะดวกสบาย หรือบรรยากาศโดยรวมของสถานที่ให้บริการ ความพึงพอใจจึงไม่ใช่เพียงแค่ผลลัพธ์สุดท้ายของการให้บริการเท่านั้น แต่ยังเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงคุณภาพ และสามารถนำไปสู่การใช้บริการซ้ำหรือการแนะนำบริการนั้นต่อผู้อื่นได้อีกด้วย

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง ระดับคุณภาพที่ผู้ให้บริการสามารถให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของธุรกิจหรือองค์กรใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใหญ่หรือเล็ก องค์กรเผ่าสังเกตและพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเป็นทางการจึงมักมีโครงสร้างหรือกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพสูงสุดแก่ลูกค้าตลอดเวลา

คุณภาพการบริการนั้นเกิดจากการประเมินของลูกค้าต่อประสบการณ์การรับบริการที่พวกเขาได้รับจากองค์กร คุณภาพนี้ไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์หรือผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่มีความสำคัญในเรื่องการจัดการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตลอดทั้งระยะเวลาที่ให้บริการ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย

1. การให้บริการที่น่าเชื่อถือ
2. การให้บริการที่เหมาะสม
3. ความสามารถในการแก้ไขปัญหา
4. การสร้างประสบการณ์ที่ดี
5. การตอบสนองที่รวดเร็ว (รุ่งทิพย์ นิลพัท, 2561)

Parasuraman et al. (1988) ได้ทำการวิจัยและสรุปประเด็นการวัดคุณภาพบริการ ได้ 5 ข้อ ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)
2. ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)
3. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)

กล่าวโดยสรุป คุณภาพการบริการ หมายถึง ระดับความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจ โดยเกิดจากการประเมินประสบการณ์การรับบริการของผู้ใช้บริการ ทั้งในด้านผลลัพธ์ของบริการและกระบวนการให้บริการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard: TMVS) เพื่อยกระดับคุณภาพของสถานที่จัดงานด้านไอซีในประเทศไทยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยมีเป้าหมายเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไอซีอย่างมั่นคงและยั่งยืน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ตัวชี้วัดมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) หรือ Thailand MICE Venue Standard (Category: Meeting Room) มีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพ (Physical Component : P) ด้านเทคโนโลยี (Technology Component : T) และด้านบริการและการจัดการ (Service and Management Component : S) ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพของสถานที่จัดงานประเภทห้องประชุมในบริบทของประเทศไทย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2559)

Stoyanchev (2024) กล่าวถึง เทคโนโลยีที่ดีที่สุดสำหรับห้องประชุมเพื่อให้การประชุมมีประสิทธิภาพ พนักงานที่ทำงานทางไกลต้องการที่จะสามารถทำงานร่วมกันแบบเรียลไทม์และรู้สึกว่าจะอยู่ในห้องเดียวกัน องค์ประกอบของเทคโนโลยีที่ดีที่สุด ประกอบด้วย ระบบไฟส่องสว่างภายในห้อง, การเชื่อมต่อไร้สาย, เครื่องมือสำหรับการนำเสนอและการทำงานร่วมกัน (โปรเจคเตอร์ความละเอียดสูง จอฉายแบบใช้มอเตอร์หรือจอฉายขนาดใหญ่แบบติดตั้งอยู่กับที่ กระจาดานอัจฉริยะที่รองรับการป้อนข้อมูลด้วยระบบสัมผัส กล้องไมโครโฟน ระบบลำโพง ระบบแบบบูรณาการ เช่น Cisco Webex Room Kits, Zoom Rooms, Microsoft Teams Rooms), กระจาดานไวท์บอร์ดดิจิทัลและจอแสดงผลแบบโต้ตอบ, อุปกรณ์การประชุมทางเสียง, ลำโพงและไมโครโฟน, อุปกรณ์การประชุมทางวิดีโอ ไม่ว่าจะเป็น Google Meet, Microsoft Teams และ Zoom, กล้องความละเอียดสูง, จอแสดงผลในห้องประชุม เช่น โทรทัศน์จอใหญ่หรือจอมอนิเตอร์ โปรเจคเตอร์ (โดยปกติจะใช้ผนังสีขาวเรียบหรือจอฉายแบบพับลง) หรือ จอวิดีโอ LED และระบบจองห้องประชุม

กล่าวโดยสรุป ห้องประชุมทุกห้องควรติดตั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า เทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับห้องประชุม ได้แก่ การเชื่อมต่อไร้สาย ระบบไฟส่องสว่างในห้อง อุปกรณ์การประชุมทางไกลผ่านเสียง และซอฟต์แวร์การจองห้องประชุม การปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดจะช่วยให้ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนด้านเทคโนโลยีอย่างสูงสุด

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อิสสรียา จิตวานนท์ และ ธีระพงศ์ เหมทานนท์ (2568) ได้ศึกษา การพัฒนาระบบบริหารจัดการห้องประชุม กองกายภาพและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่รับจองห้องประชุม รองลงมา คือ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการจองห้องประชุม ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ สรุปได้ว่า ระบบบริหารจัดการห้องประชุมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพสามารถใช้งานได้จริงและตรงกับความต้องการใช้งานของผู้ใช้งานสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งเน้นพัฒนาในการเข้าถึงเทคโนโลยีและความรู้เป็นสิ่งสำคัญ และส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ครอบคลุม SDG 11 (เมืองและชุมชนยั่งยืน) SDG 17 (ความร่วมมือเพื่อเป้าหมาย)

ชนนิกานต์ บุญมา (2567) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายสำหรับกลุ่มลูกค้า (MICE) ชาวจีน พบว่า ด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ลำดับแรกคือ มีห้องโถงใหญ่ รองรับผู้เข้าร่วมงานได้จำนวนมาก รองลงมา คือ สถานที่จัดงานอยู่ใจกลางเมือง ใกล้พื้นที่แหล่งช้อปปิ้งสินค้า สถานที่จัดงานอยู่ใกล้โรงแรม สถานที่จัดงานมีการแบ่งพื้นที่ใช้งานรองรับการจัดงานได้

หลายส่วน สถานะที่จัดงานสามารถรองรับน้ำหนักได้มากถึง 3 ตัน ขึ้นไป และสถานที่จัดงานมีที่จอดรถรองรับผู้เข้าร่วมงาน ตามลำดับ ด้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ลำดับแรก คือ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทั้งในและนอกเครื่องแบบ ดูแลความปลอดภัยตลอดการจัดงาน รองลงมา คือ มีหน่วยงานการให้บริการรักษาความปลอดภัย และมีการตรวจรักษาความปลอดภัยให้บริการสุขภาพแก่ผู้ร่วมงาน ตามลำดับ

ลภัสรดา พิชญารัตนาถ และคณะ (2567) ได้ศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการลูกค้าเพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านทำเลที่ตั้งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านพนักงานบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านห้องพัก ด้านราคา ด้านการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการลูกค้าเพลส พบว่า ลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิภาคที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่เข้ามาใช้บริการลูกค้าเพลสโดยรวม ไม่แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีภูมิภาคแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการลูกค้าเพลสในด้านพนักงานบริการและด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05

ธนิยาภรณ์ สายะบุตร และ วัชรกร มยรี (2566) ได้ศึกษา ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการงานจัดเลี้ยงประชุม ของหน่วยขึ้นตรงสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการงานจัดเลี้ยงระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คุณภาพการให้บริการงานจัดเลี้ยงประชุมระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดี และคุณภาพการให้บริการงานจัดเลี้ยงประชุมด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการงานจัดเลี้ยงประชุมของหน่วยขึ้นตรงสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหมตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิญา ชื่นช้า (2565) ได้ศึกษา ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงิน 30,001-45,000 บาท ส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการที่อยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบระหว่างช่วงระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ พบว่า ภาพรวมด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขต กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

Kim et al. (2024) ได้ศึกษา การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในอุตสาหกรรม MICE พบว่า คุณภาพบริการเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การจัดการงาน การวางแผนกิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดประชุม

Rashwan (2022) ได้ศึกษา ผลกระทบของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ประชุมต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ความสะดวก ในการเข้าถึงสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกของห้องประชุม และแหล่งท่องเที่ยวหรือสภาพแวดล้อมโดยรอบโดยสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ประชุมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในระดับสูง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านเทคโนโลยี และด้านการให้บริการและการจัดการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการหอประชุมภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ประกอบด้วยนักศึกษา บุคลากรของมหาวิทยาลัย และบุคคลภายนอก รวมทั้งสิ้นจำนวน 8,520 คน ข้อมูล ณ วันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 โดยแบ่งเป็นนักศึกษาจำนวน 5,159 คน บุคลากรจำนวน 471 คน และบุคคลภายนอกจำนวน 2,890 คน (ทินภัทร โพธิ์ชัย, 2568)

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 คำนวณได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 390 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุม และประยุกต์จากคู่มือการประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ความถี่ในการใช้บริการ และวัตถุประสงค์ในการใช้บริการหอประชุม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุม ได้แก่ ด้านกายภาพ (Physical) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านการให้บริการและการจัดการ (Service and Management) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ จำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) คือ พึงพอใจมากที่สุด (5), พึงพอใจมาก (4), พึงพอใจปานกลาง (3), พึงพอใจน้อย (2) และ พึงพอใจน้อยที่สุด (1) และ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (ข้อเสนอแนะอื่น ๆ) ข้อมูลส่วนที่ 2 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด	ระดับความคิดเห็น				
	พึงพอใจมากที่สุด (5)	พึงพอใจมาก (4)	พึงพอใจปานกลาง (3)	พึงพอใจน้อย (2)	พึงพอใจน้อยที่สุด (1)
1. ด้านกายภาพ (Physical)					
1.1 หอประชุมมีความสะอาด มั่นคง แข็งแรง การออกแบบและประดับตกแต่งสวยงาม ป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอกได้					
1.2 มีอุปกรณ์สนับสนุนการใช้งานเพียงพอและพร้อมใช้งาน เช่น พื้นที่ส่วนของเวที โทเดียม ชุดโซฟารับแขก โต๊ะและเก้าอี้					
1.3 ระบบไฟส่องสว่าง อุปกรณ์ไฟฟ้า ระบบปรับอากาศ มีเพียงพอและพร้อมใช้งาน					
1.4 พื้นที่ให้บริการ เช่น จุดลงทะเบียน จุดพักคอย จุดจัดนิทรรศการ จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีเพียงพอและพร้อมใช้งาน					



ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุม ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด	ระดับความคิดเห็น				
	พึงพอใจ มากที่สุด (5)	พึงพอใจ มาก (4)	พึงพอใจ ปานกลาง (3)	พึงพอใจ น้อย (2)	พึงพอใจ น้อยที่สุด (1)
1.5 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ จุดทิ้งขยะ และป้ายบอกทางตลอดจน ทางเดิน สำหรับคนพิการ มีเพียงพอและพร้อมใช้งาน					
2. ด้านเทคโนโลยี (Technology)					
2.1 ระบบเสียงและระบบภาพ ไม่ว่าจะเป็น เครื่องขยาย เสียง เครื่องฉายภาพ จอรับภาพ รีโมทคอนโทรล มีคุณภาพดีและพร้อมใช้งาน					
2.2 จุดกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) มีความ เสถียรรวดเร็วและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องและ ครอบคลุม					
2.3 อุปกรณ์สื่อสารอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์ภายใน วิทยุสื่อสาร เครื่องโทรสาร อุปกรณ์สื่อสารมีคุณภาพดี พร้อมใช้งาน					
3. ด้านบริการและการจัดการ (Service and Management)					
3.1 การให้บริการของสถานที่ที่มีผู้รับผิดชอบหลักชัดเจน ใน การประสานงานและให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้อย่าง ครบถ้วนถูกต้อง					
3.2 ผู้ให้บริการเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดี สะท้อนคุณภาพ ของการให้บริการ ทั้งด้านการสื่อสารด้วยความสุภาพ อัธยาศัยดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี					
3.3 มีเจ้าหน้าที่โสตทัศนอุปกรณ์ที่พร้อมให้บริการ มี ประสบการณ์และเชี่ยวชาญในงานที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้ง สื่อสารเพื่อการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ได้ทันทั่วทั้ง					
3.4 โดยรวมการให้บริการหอประชุม ให้ความสำคัญ เรื่อง ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อ สังคม เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม การจัดให้ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ในจุดบริการรวมถึง การคัดแยกขยะ และกำจัดขยะอย่างถูกวิธี					

การหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาตามเกณฑ์ในการประเมินด้วยการหา ความ
กว้างของอันตรภาคชั้น (สูตรปรารธนา สูตรอนอม, 2566)

$$\begin{aligned} \text{ช่องความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= 5 - \frac{1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

การแปลค่า ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด, ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง พึงพอใจมาก, ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง, ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง พึงพอใจน้อย และค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อความถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.881 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดำเนินการโดยการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 390 คน และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย วารสาร และแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องของประกอบการศึกษา ผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการหอประชุมในแต่ละด้าน การแปลผลระดับความพึงพอใจใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงค่าเฉลี่ยตามหลักการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการภายในพื้นที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ตั้งอยู่เลขที่ 113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการหอประชุมในโอกาสต่าง ๆ เช่น การประชุมสัมมนา การจัดกิจกรรมภายใน และการให้บริการแก่บุคคลภายนอกมหาวิทยาลัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 390 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 และเป็นเพศชาย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 มีอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.70 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 84.40 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 มีสถานภาพเป็นนักศึกษา จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 77.40 รองลงมา คือ บุคคลภายนอก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 มีการใช้บริการหอประชุม 1-3 ครั้ง และ 10 ครั้งขึ้นไป จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา คือ 4-6 ครั้ง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 และมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการกิจกรรมของนักศึกษา จำนวนคน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 รองลงมา คือ งานประชุมและนิทรรศการ จำนวนคน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 ดังแสดงในตารางที่ 2 - 7

ตารางที่ 2: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	114	29.20
หญิง	276	70.80
รวม	390	100

ตารางที่ 3: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	167	42.80
21 - 30 ปี	167	42.80
31 - 40 ปี	30	7.70
41 - 50 ปี	25	6.40
51 - 60 ปี	1	0.30
รวม	390	100

ตารางที่ 4: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	3	0.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	34	8.70
อนุปริญญา/ปวส.	1	0.30
ปริญญาตรี	329	84.40
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.90
รวม	390	100

ตารางที่ 5: จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามสถานภาพ

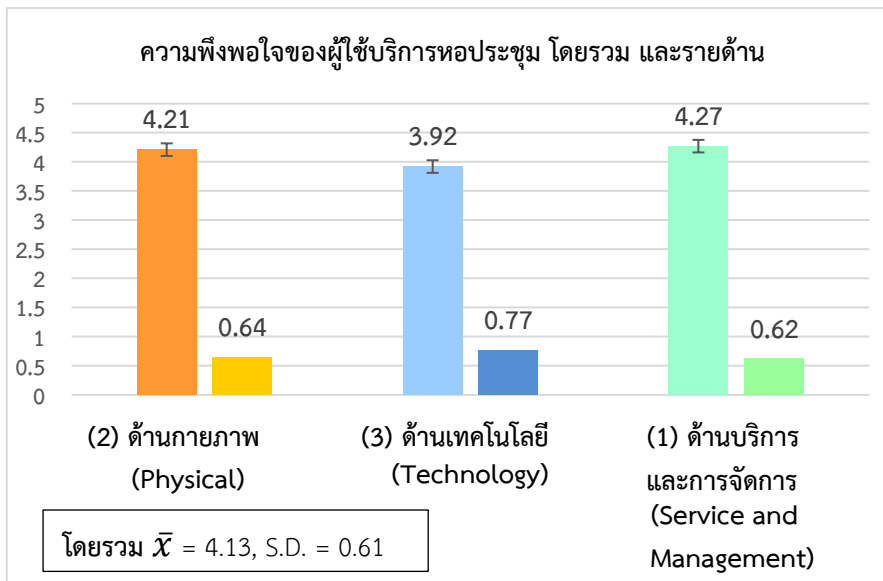
สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	302	77.40
บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย	31	7.90
อาจารย์ภายในมหาวิทยาลัย	18	4.60
บุคคลภายนอก	39	10.00
รวม	390	100

ตารางที่ 6: จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการหอประชุม

จำนวนครั้งที่ใช้บริการหอประชุม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 3 ครั้ง	115	29.50
4 - 6 ครั้ง	90	23.10
7 - 9 ครั้ง	70	17.90
10 ครั้งขึ้นไป	115	29.50
รวม	390	100

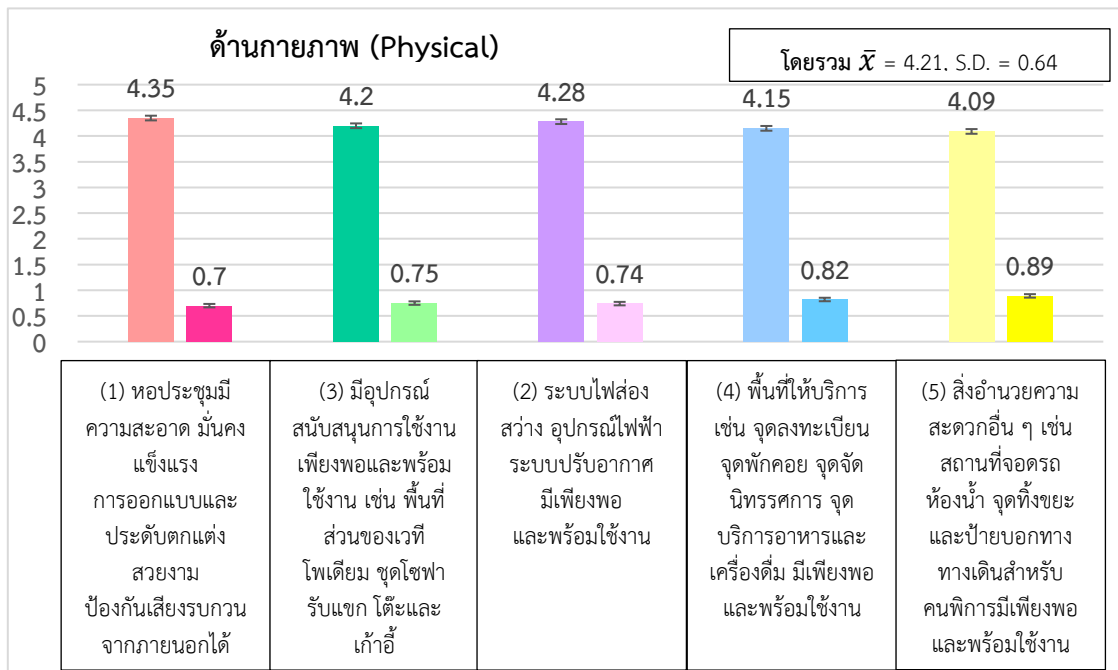
ตารางที่ 7: จำนวนและร้อยละของประชากร จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิจกรรมของนักศึกษา	310	79.50
งานประชุมและนิทรรศการ	68	17.40
งานอีเว้นท์	12	3.10
รวม	390	100



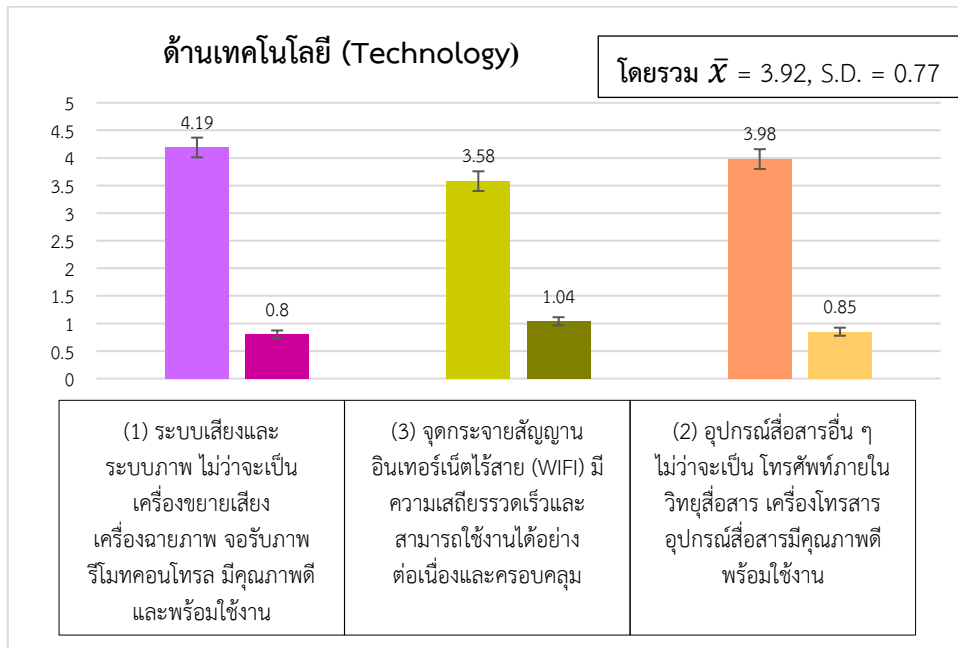
ภาพที่ 1: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยรวม และรายด้าน

จากภาพที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านบริการและการจัดการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.62) และด้านกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.64) ส่วนด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.77) ตามลำดับ



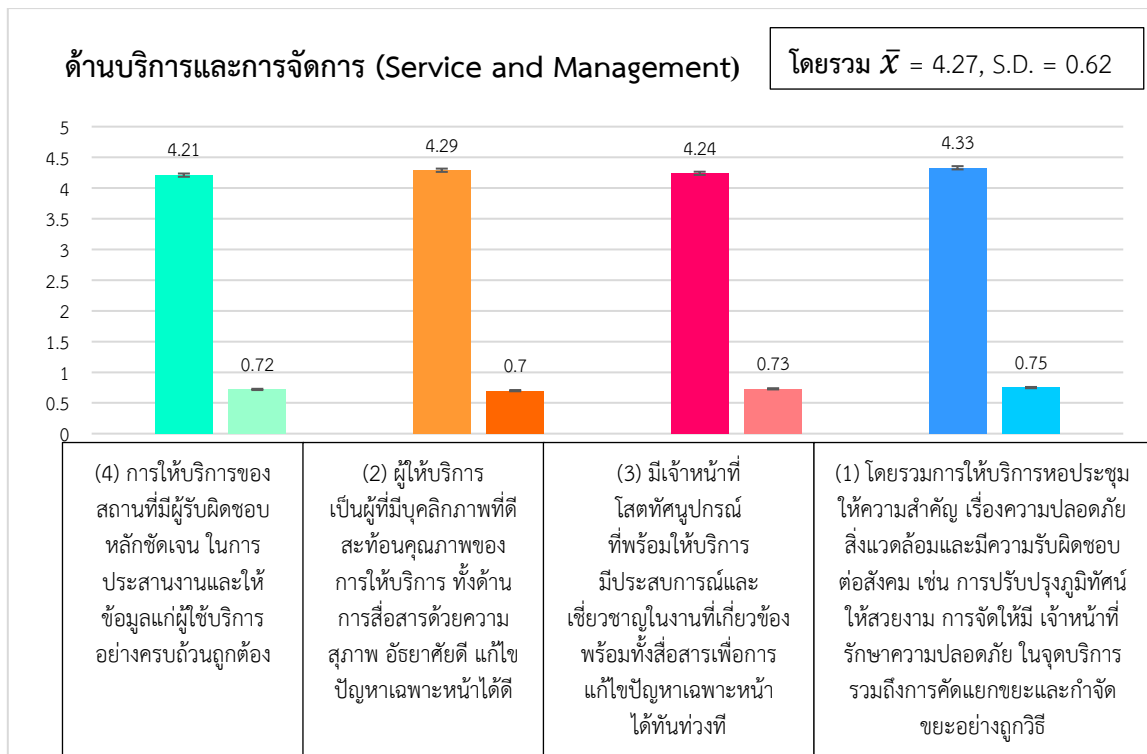
ภาพที่ 2: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ด้านกายภาพ เป็นรายข้อ

จากภาพที่ 2 พบว่า ด้านกายภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อหอประชุมมีความสะอาดมั่นคงแข็งแรง การออกแบบและประดับตกแต่งสวยงามป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอกได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ ระบบไฟส่องสว่างอุปกรณ์ไฟฟ้าระบบปรับอากาศมีเพียงพอและพร้อมใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.74) และมีอุปกรณ์สนับสนุนการใช้งานเพียงพอและพร้อมใช้งาน เช่น พื้นที่ส่วนของเวทีโพลีเดียมชุดโซฟารับแขกโต๊ะและเก้าอี้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ



ภาพที่ 3: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ด้านเทคโนโลยี เป็นรายข้อ

จากภาพที่ 3 พบว่า ด้านเทคโนโลยี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระบบเสียงและระบบภาพ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องขยายเสียงเครื่องฉายภาพจอรับภาพ รีโมทคอนโทรลมีคุณภาพดีและพร้อมใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.80) รองลงมาคือ อุปกรณ์สื่อสารอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ภายในวิทยุสื่อสารเครื่องโทรสารอุปกรณ์สื่อสารมีคุณภาพดีพร้อมใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.85) และจุดกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WiFi) มีความเสถียรรวดเร็วและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 1.04) ตามลำดับ



ภาพที่ 4: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ด้านบริการและการจัดการ เป็นรายชื่อ

จากภาพที่ 4 พบว่า ระดับความพึงพอใจด้านบริการและการจัดการอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า โดยรวมการให้บริการหอประชุมให้ความสำคัญ เรื่องความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม การจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ในจุดบริการ รวมถึงการคัดแยกขยะและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.75) รองลงมา คือ ผู้ให้บริการเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดี สะท้อนคุณภาพของการให้บริการ ทั้งด้านการสื่อสารด้วยความสุภาพ อธิบายข้อดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.70) และมีเจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ที่พร้อมให้บริการ มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญในงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสื่อสารเพื่อการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันทั่วทั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านบริการและการจัดการและด้านกายภาพ รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการบริหารจัดการหอประชุมที่มีระบบชัดเจน การให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพและเอาใจใส่ การจัดเตรียมสถานที่ที่มีความสะดวกต่อการใช้งาน สะอาดและปลอดภัย รวมถึงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีที่เพียงพอและทันสมัย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับ อภิญญา ชื่นซ้ำ (2565) พบว่า ส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. (2559) ที่ระบุว่า ความสะอาด ความพร้อมของอุปกรณ์ และบรรยากาศโดยรวมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยตรง

ด้านกายภาพ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับความสะอาด ความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร การออกแบบและการตกแต่งที่เหมาะสม รวมถึงความสามารถในการป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับ ลภัสรดา พิชญธำธีรนาถ และคณะ (2567) พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านทำเลที่ตั้งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านพนักงานบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านห้องพัก ด้านราคา ด้านการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ชนนิกันต์ บุญมา (2567) พบว่า ด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ลำดับแรก คือ มีห้องโถงใหญ่ รองรับผู้เข้าร่วมงานได้จำนวนมาก รองลงมา คือ สถานที่จัดงานอยู่ใจกลางเมือง ใกล้พื้นที่แหล่งช้อปปิ้งสินค้า สถานที่จัดงานอยู่ใกล้โรงแรม สถานที่จัดงานมีการแบ่งพื้นที่ใช้งานรองรับการจัดงานได้หลายส่วน สถานที่จัดงานสามารถรองรับน้ำหนักได้มากถึง 3 ตัน ขึ้นไป และสถานที่จัดงานมีที่จอดรถรองรับผู้เข้าร่วมงาน ตามลำดับ

ด้านเทคโนโลยี ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะคุณภาพและความพร้อมใช้งานของระบบเสียง ระบบภาพ และอุปกรณ์สนับสนุนการจัดกิจกรรม สะท้อนถึงความสำคัญของการจัดการด้านเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการรองรับการใช้งานของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ อิศรียา จิตวานนท์ และ ธิระพงศ์ เหมทานนท์ (2568) พบว่า ระบบบริหารจัดการห้องประชุมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพสามารถใช้งานได้จริงและตรงกับความต้องการใช้งานของผู้ใช้งานสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งเน้นพัฒนาในการเข้าถึงเทคโนโลยีและความรู้เป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Stoyanchev (2024) กล่าวว่า ห้องประชุมทุกห้องควรติดตั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า เทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับห้องประชุม ได้แก่ การเชื่อมต่อไร้สาย ระบบไฟส่องสว่างในห้อง อุปกรณ์การประชุมทางไกลผ่านเสียง และซอฟต์แวร์การจองห้องประชุม การปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดจะช่วยให้ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนด้านเทคโนโลยีอย่างสูงสุด

ด้านบริการและการจัดการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย การดูแลสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงาน ตลอดจนบุคลิกภาพ ความสามารถ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ อิศรียา จิตวานนท์ และ ธิระพงศ์ เหมทานนท์ (2568) พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่รับจองห้องประชุม รองลงมาคือ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการจองห้องประชุม ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ธนิยาภรณ์ สายະบุตร และ วัชรกร มยุรี (2566) พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการงานจัดเลี้ยงระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คุณภาพการให้บริการงานเลี้ยงประชุมระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดี และคุณภาพการให้บริการงานจัดเลี้ยงประชุมด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการงานจัดเลี้ยงประชุมของหน่วยขึ้นตรงสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหมตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และสอดคล้องกับ ชนนิกันต์ บุญมา (2567) พบว่า ด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ลำดับแรก คือ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทั้งในและนอกเครื่องแบบ ดูแลความปลอดภัยตลอดการจัดงาน รองลงมา คือ มีหน่วยงานการให้บริการรักษาความปลอดภัย และมีการตรวจรักษาความปลอดภัยให้บริการสุขภาพแก่ผู้ร่วมงาน ตามลำดับ

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ได้แก่ นักศึกษา บุคลากร อาจารย์ และบุคคลภายนอก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีสถานภาพเป็นนักศึกษา โดยมีความถี่ในการใช้บริการหอประชุม 1-3 ครั้ง และมากกว่า 10 ครั้ง วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการคือการจัดกิจกรรมของนักศึกษา รองลงมาคืองานประชุมและนิทรรศการ

ในภาพรวม ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการหอประชุมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริการและการจัดการ และด้านกายภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ขณะที่ด้านเทคโนโลยีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านกายภาพให้ความสำคัญกับความสะอาด ความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนด้านเทคโนโลยีให้ความสำคัญกับคุณภาพและความพร้อมใช้งานของระบบเสียง ระบบภาพ และระบบการสื่อสารภายในหอประชุม

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสม และการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีที่เพียงพอ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

(1) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้อาคารหอประชุมของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดอยู่ในระดับมากทุกด้าน สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของหอประชุมในการเป็นสถานที่จัดงาน (Venue) ที่มีคุณภาพและมีความพร้อมต่อการรองรับกิจกรรมขนาดต่าง ๆ มหาวิทยาลัยจึงควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการรักษามาตรฐานการให้บริการ พร้อมทั้งพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้บริการทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการสถานที่เพื่อยกระดับหอประชุมให้เป็นสถานที่จัดงานที่มีศักยภาพในการรองรับธุรกิจไมซ์ และเป็นทางเลือกของการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการในระดับจังหวัดและภูมิภาคต่อไป

(2) มหาวิทยาลัยควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการดูแลรักษาความสะอาด ความมั่นคงแข็งแรง และความสวยงามของอาคารสถานที่อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการปรับปรุงภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการจัดงานในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเป็นสถานที่จัดงานไมซ์ (MICE Venue) ที่มีมาตรฐาน สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากได้อย่างสะดวกและปลอดภัย อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับแนว

ทางการพัฒนาอาคารสถานที่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสอดคล้องกับแนวโน้มของธุรกิจไมซ์ยุคใหม่ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainable MICE)

(3) ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนบำรุงรักษาและพัฒนาาระบบเทคโนโลยีภายในหอประชุม เช่น ระบบเสียง ระบบภาพ ระบบแสงสว่าง และอุปกรณ์มัลติมีเดียต่าง ๆ ให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการจัดประชุมและกิจกรรมทางวิชาการในรูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะการประชุมแบบผสมผสาน (Hybrid Meeting) และการจัดงานนิทรรศการสมัยใหม่ ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพของหอประชุมให้สามารถแข่งขันในตลาด ธุรกิจไมซ์ด้านสถานที่จัดงาน (MICE Venue Market) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) มหาวิทยาลัยควรใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผู้ให้บริการให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะด้านการจัดงานประชุมและกิจกรรมไมซ์ ตลอดจนการกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัย และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ การพัฒนาบุคลากรควรมุ่งเน้นการให้บริการอย่างมืออาชีพตามมาตรฐานของสถานที่จัดงานไมซ์ (Professional MICE Venue) ซึ่งจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของหอประชุมให้เป็นสถานที่จัดงานที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับในระดับที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น เช่น หน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย ผู้จัดงานประชุม ผู้จัดนิทรรศการ หรือบริษัทเอกชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสะท้อนความต้องการของผู้ใช้บริการที่แท้จริง ซึ่งจะช่วยให้อาจพัฒนาหอประชุมให้ตอบสนองต่อการเป็นสถานที่จัดงาน (Venue) ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(2) ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอประชุม เช่น คุณภาพการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยีสนับสนุนการจัดงาน ราคา หรือภาพลักษณ์ของสถานที่ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานที่จัดงาน และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหอประชุมให้มีศักยภาพในการแข่งขันได้

(3) ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบหอประชุมของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดกับสถานที่จัดงานอื่น ๆ ในจังหวัดหรือภูมิภาค เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการพัฒนา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางการยกระดับหอประชุมให้สามารถรองรับกิจกรรมได้อย่างเหมาะสม

(4) ควรมีการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะช่วยให้อาจพัฒนารูปแบบการให้บริการและการบริหารจัดการสถานที่จัดงานได้ตรงตามความต้องการมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชนิกานต์ บุญมา. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายสำหรับกลุ่มลูกค้า (MICE) ชาวจีน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

ทินภัทร โพธิ์ชัย. (2568). ข้อมูลจำนวนผู้มาใช้บริการหอประชุมของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. กองกลางสำนักงานอธิการ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.

- ธนิยาภรณ์ สายะบุตร และ วัชรากร มยุรี. (2566). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการงานจัดเลี้ยงประชุมของหน่วยขึ้นตรงสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 17(1), 121-132. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/journaldru/article/view/263161>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. ราชบัณฑิตยสถาน.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ลภัสสรดา พิษญาธีรนาถ, ชินเชิง แก้วก่า, และ สาธิตา กลิ่นสุคนธ์. (2567) พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการลูกค้าเพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 19(67), 101-108. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/266244>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2559). *คู่มือการประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) ฉบับปรับปรุง*. <https://www.masci.or.th/wp-content/uploads/2017/05/2-มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยMeetingroom-thai.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ จำแนกตามภาค และจังหวัด พ.ศ. 2566 - 2567 (Table 17.2)*. https://www.nso.go.th/public/e-book/Statistical-Yearbook/SYB-2025_webPage/File%20SYB/2025/17/T%2017.2%202025.pdf
- สุดปรารณา สุดถนอม. (2566). *การประเมินความพึงพอใจและการรับรู้ผลผลิตภาพในการทำงานของพนักงานในสถานที่ทำงานที่ออกแบบตามแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิญา ชื่นข้า. (2565). *ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อิสสรียา จิตวานนท์ และ ธีระพงศ์ เหมทานนท์. (2568). *การพัฒนากระบวนการจัดการห้องประชุมกองกายภาพและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยมหิดล. คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*.
- International Congress and Convention Association. (2023). *ICCA statistics report 2022: Country & city rankings*. https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/iccaweb/ICCA_Rankings_2023_230707_795d8dd3-147a-45e2-b97f-075234e8f0f6.pdf
- Kim, S., Willady, A., Wang, J., & Kim, H.-S. (2024). A mixed-method approach to grounded theory regarding the MICE industry at Busan Exhibition & Convention Center. *Tourism and Hospitality*, 5(4), 1012–1027. <https://doi.org/10.3390/tourhosp5040057>
- Millet, J. D. (2012). *Management in the public service: The quest for effective performance*. McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Irwin/McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.



- Rashwan, K. A. E. (2022). The impact of conference facilities on attendees' satisfaction. *International Journal of Tourism, Archaeology and Hospitality*, 2(2), 179–189. <https://doi.org/10.21608/ijtah.2022.171024.1014>
- Stoyanchev, A. (2024, November 1). *Best conference room technology [Complete guide for 2024]*. OfficeRnD. <https://www.officernd.com/blog/best-conference-room-technology/>
- Su, L., Swanson, S. R., & Chen, X. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality. *Tourism Management*, 52, 82–95. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.012>
- Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2023). *A Study of Social Impact of the Thai MICE Industry for the Year 2023*. <https://www.pata.org/member-chapter-news-1/thailand-convention-exhibition-bureau-thailand-spotlights-september-edition-2023>
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of behavioral science*. Prentice-Hall.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ
ของนักศึกษาจีนในสถาบันเอกชน ABC

FACTORS ASSOCIATED WITH THE DOCTORAL DEGREE ENROLLMENT DECISIONS
OF CHINESE STUDENTS AT ABC PRIVATE INSTITUTION

วรัญญา ทองเพ็ญ^{1*} ชุตินทร บัวเพื่อน² และนิธิภัทร กมลสุข³
Waranya Thongpeng^{1*}, Chutinate Buaphuan², Nitipat Kamolsuk³

^{1,2} คณะการจัดการธุรกิจบริการ โรงแรม และการบิน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
³ สำนักการศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2} Faculty of Hospitality and Aviation Management, Panyapiwat Institute of Management

³ The Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management

*Corresponding Author, E-mail: 6775100302@stu.pim.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ ของนักศึกษาจีนในสถาบันการศึกษาเอกชน ABC เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 130 คน ได้จากการสุ่มอย่างง่ายเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ระหว่าง 0.67–1.00 และความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน การทดสอบค่าทีแบบอิสระ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านหลักสูตรและสถาบันมีความสัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ ปัจจัยทั้ง 9 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการเรียน (r = 0.840) มีความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านเครือข่ายศิษย์เก่า (r = 0.775) ปัจจัยด้านหลักสูตรที่เปิดสอน (r = 0.773) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ (r = 0.756) ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (r = 0.720) ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน (r = 0.710) ปัจจัยด้านคณาจารย์ (r = 0.703) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน (r = 0.686) และปัจจัยด้านความเป็นอยู่ในประเทศไทย (r = 0.671) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่พบความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนารูปแบบการเรียน เครือข่ายศิษย์เก่า หลักสูตร และภาพลักษณ์ทางวิชาการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและแรงจูงใจของนักศึกษาจีนที่สนใจศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก

คำสำคัญ: การตัดสินใจศึกษาต่อ นักศึกษาจีน ปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจ สถาบันการศึกษาเอกชน

Abstract

The objective of this research was to investigate factors associated with the decision to pursue a doctoral degree in Business Administration among Chinese students at ABC Private Institution. This quantitative study employed a sample of 130 participants, selected through simple random sampling. The research instrument was a questionnaire with Content Validity (IOC) ranging from 0.67 to 1.00 and a reliability coefficient of 0.92. Data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics, including Pearson's Correlation Coefficient, Independent t-test, and One-Way ANOVA, with a statistical significance level set at 0.05

The findings revealed that factors related to the curriculum and the institution were significantly associated with enrollment decisions, supporting the established hypotheses. All nine studied factors showed a positive correlation with the decision to enroll at a statistical significance level of 0.05. According to the Pearson correlation coefficient (r), the learning format exhibited the highest correlation ($r = 0.840$) followed by alumni networks ($r = 0.775$), curriculum offerings ($r = 0.773$), public relations ($r = 0.756$), career advancement opportunities ($r = 0.720$), tuition fees ($r = 0.720$), faculty members ($r = 0.703$), institutional image ($r = 0.686$), and living conditions in Thailand ($r = 0.671$), respectively. These values reflect a moderate to high level of relationship. Conversely, personal factors—including gender, age, occupation, and average monthly income—showed no statistically significant association with the enrollment decision at the 0.05 level.

These results can serve as empirical evidence for strategic planning to enhance learning formats, alumni networks, curricula, and academic reputation to better align with the needs and motivations of Chinese students seeking doctoral education.

Keywords: Decision-making factors, Chinese students, Doctoral degree, Business Administration curriculum, Private higher education institution

บทนำ

จากการแข่งขันในการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของประเทศจีนที่มีความเข้มข้นสูง ทำให้ความต้องการศึกษาต่อมีจำนวนมากกว่าศักยภาพในการรองรับของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยรัฐที่มีที่นั่งจำกัด ส่งผลให้นักศึกษาจีนจำนวนหนึ่งเลือกเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ ทั้งเพื่อลดแรงกดดันจากการแข่งขัน มองเห็นโอกาสในการต่อยอดทางธุรกิจ และได้รับสิทธิประโยชน์จากวุฒิการศึกษาต่างประเทศ

สาเหตุสำคัญที่นักศึกษาจีนเลือกศึกษาต่อต่างประเทศ ได้แก่ ที่นั่งในมหาวิทยาลัยรัฐไม่เพียงพอ แรงกดดันจากการแข่งขัน โอกาสต่อยอดด้านธุรกิจ และสิทธิประโยชน์จากการรับรองวุฒิการศึกษาต่างประเทศ แม้ว่าสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และอังกฤษยังคงเป็นจุดหมายหลัก แต่ประเทศไทยได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักศึกษาจากพื้นที่ตอนใต้ของจีน เช่น หนานหนิง และคุนหมิง เนื่องจากความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ ความสัมพันธ์ทางการค้า และการสนับสนุนจากผู้ปกครองที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องกับประเทศไทย อีก

ทั้งระบบการศึกษาของไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล (จิตติมา วงศ์ราชันท์, 2563)

เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ International Standard Classification of Education 2013 ของ UNESCO พบว่า นักศึกษาจีนมีแนวโน้มเลือกศึกษาต่อในสาขาบริหารธุรกิจและกฎหมายเป็นลำดับแรก รองลงมาคือสาขาการศึกษา โดยในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทนิยมศึกษาที่มหาวิทยาลัยเอกชน ขณะที่ระดับปริญญาเอกมีแนวโน้มมุ่งสู่สถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยเฉพาะสาขาบริหารธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและการเติบโตของเศรษฐกิจจีน แม้ว่าประเทศปลายทางหลักยังคงเป็นสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และอังกฤษ แต่ประเทศไทยได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากนักศึกษาพื้นที่ทางตอนใต้ของจีน เนื่องจากความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ ความสัมพันธ์ทางการค้า คุณภาพหลักสูตร ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม และความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยไทย-จีน (Yang & Thaima, 2021)

สถาบันการศึกษาเอกชน ABC เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่เปิดสอนระดับปริญญาตรี โท และเอก และได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง โดยหลักสูตรวิทยาลัยนานาชาติจีนมีจำนวนนักศึกษาใหม่ในช่วงปีการศึกษา 2563–2567 รวมทั้งสิ้น 194 คน ซึ่งมีจำนวนแตกต่างกันในแต่ละปี สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีนในหลักสูตรปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในสถาบันการศึกษาเอกชน ABC เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาคุณภาพและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของสถาบันต่อไป (วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาจีน, 2568)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีน หลักสูตรปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในสถาบันการศึกษาเอกชน ABC

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยจัดลำดับเนื้อหาตามประเด็นสำคัญ ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจในบริบทการศึกษาและการดำเนินชีวิต โดยประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ซึ่งสะท้อนความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์และสถานภาพทางสังคม (Kotler, 2000) ข้อมูลประชากรศาสตร์ช่วยอธิบายศักยภาพทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต และค่านิยมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ (กัญญานุัฐ ปิ่นเกษ, 2561) โดยงานวิจัยพบว่า อายุ เพศ รายได้ และโครงสร้างครอบครัวมีความสัมพันธ์กับลำดับความสำคัญในการใช้ทรัพยากร (ศิริวิมล เมืองน้อย, 2562) ขณะเดียวกันระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพครอบครัวมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดวิเคราะห์และความรอบคอบในการตัดสินใจ (สุพรรณษา ร่มลำดวน, 2563)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจึงควรถูกพิจารณาในฐานะเงื่อนไขพื้นฐานที่กำหนดความพร้อมและกรอบการประเมินคุณค่า มากกว่าการเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจโดยตรง และควรวิเคราะห์ควบคู่กับปัจจัยด้านหลักสูตรและโอกาสทางอาชีพอย่างเป็นระบบ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ (Image) คือ ภาพความรู้สึกและความเข้าใจที่บุคคลมีต่อองค์กร ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ การรับรู้ และข้อมูลที่ได้รับ โดย Boulding (1975) อธิบายว่า เป็นผลจากการสังสมความคิดและความรู้สึก ส่วน Jenkins (1977), Kotler (2000) และ Dowling (2004) เห็นว่า ภาพลักษณ์สะท้อนความเชื่อ ความประทับใจ และคุณภาพขององค์กร และมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ (Keller, 2021) ในบริบทสถานศึกษา ภาพลักษณ์เกิดจากการบริหาร การสื่อสาร และการปฏิบัติงานของบุคลากร (จิณณวัตร ปะโคทัง และ ธีระ รุญเจริญ, 2565) ซึ่งหากมีการบริหารอย่างเป็นระบบ จะช่วยสร้างความเชื่อถือและส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อ (จิตติมา วงศ์ราชันท์, 2563; สุพรรณษา ร่มลำดวน, 2563) นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ยังมีความสำคัญทั้งด้านจิตวิทยาและเชิงกลยุทธ์องค์กร โดยคุณภาพการดำเนินงานและความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นองค์ประกอบสำคัญ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542; สุชาติา ฐมะลิ, 2563; จักรกฤษ เดชพร, 2563)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ภาพลักษณ์สถาบันมีแนวโน้มทำหน้าที่เป็นปัจจัยทางอ้อมที่เสริมสร้างความเชื่อมั่น มากกว่าการเป็นตัวแปรกำหนดการตัดสินใจโดยตรง โดยเฉพาะในการศึกษาระดับปริญญาเอก

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ

การตัดสินใจเป็นกระบวนการทางความคิดที่บุคคลใช้ในการพิจารณาและเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดจากหลายทางเลือก โดย Barnard (1938) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ กระบวนการคัดเลือกทางเลือกหนึ่งจากหลายทางเลือก ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดที่มีอยู่ ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นที่บุคคลต้องพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนลงมือปฏิบัติ ขณะที่ Simon (1960; 1976) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการอย่างมีขั้นตอน เริ่มจากการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด โดยบุคคลไม่สามารถมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ได้เสมอ จึงต้องตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัดของข้อมูล เวลา และทรัพยากร Moody (1983) กล่าวเพิ่มเติมว่า การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่เพียงพอและกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ ส่วน Gibson et al. (2000) และ Jones (1991) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้องค์กรหรือบุคคลสามารถดำเนินไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ หากการตัดสินใจมีความชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมาย ย่อมส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ มิติของพฤติกรรมผู้ตัดสินใจ Sproles และ Kendall (1986) กล่าวว่า รูปแบบการตัดสินใจของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไปตามค่านิยม ประสบการณ์ และแรงจูงใจส่วนตัว บางคนให้ความสำคัญกับคุณภาพ บางคนคำนึงถึงความคุ้มค่า หรือบางคนให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร ขณะที่ Stoner (1970) กล่าวว่า การตัดสินใจอาจเกิดขึ้นภายใต้สภาวะที่แตกต่างกัน ได้แก่ สถานการณ์ที่ข้อมูลชัดเจน สถานการณ์ที่มีความเสี่ยง และสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน ซึ่งระดับความชัดเจนของข้อมูลจะมีผลต่อความมั่นใจและความซับซ้อนของการตัดสินใจ สำหรับบริบทของการเลือกศึกษาต่อ สราญรัตน์ สุวรรณนคร (2568) อธิบายว่า การตัดสินใจศึกษาต่อเป็นผลมาจากการประเมินปัจจัยหลายด้านร่วมกัน เช่น คุณภาพและความเหมาะสมของหลักสูตร ชื่อเสียงของสถาบัน โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ ความพร้อมด้านการเงิน และความต้องการพัฒนาตนเอง กระบวนการดังกล่าวไม่ใช่เพียงการเลือกสถานศึกษาเท่านั้น แต่เป็นการตัดสินใจที่มีผลต่อเส้นทางชีวิตและอนาคตในระยะยาว

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอกจึงเป็นกระบวนการประเมินความคุ้มค่าเชิงวิชาการและผลตอบแทนระยะยาว ซึ่งต้องวิเคราะห์ทั้งมิติแรงจูงใจเชิงเหตุผลและการรับรู้คุณค่าเชิงอาชีพควบคู่กัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกส่งผลต่อการศึกษา

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อเป็นกระบวนการประเมินคุณภาพหลักสูตร ชื่อเสียงสถาบัน และโอกาสทางอาชีพให้สอดคล้องกับเป้าหมายชีวิต (เสกสรรค์ สนวา และคณะ, 2567; จิภูติภักษ์ ศรีสุรธีกุล และคณะ, 2567) โดยการศึกษาในระดับสูงมีส่วนช่วยเพิ่มความก้าวหน้าและความมั่นคงในอาชีพ (สภาพร คชารัตน์, 2565) นอกจากนี้ Chen (2021) และ รัญญา ลัญญประสิทธิ์ และคณะ (2566) เน้นบทบาทของแรงจูงใจด้านอาชีพและความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนในการกำหนดทางเลือกทางการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอกมิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งโดยลำพัง แต่เป็นผลของการประเมินเชิงเปรียบเทียบระหว่างคุณลักษณะของหลักสูตรกับความต้องการและความพร้อมของผู้เรียน

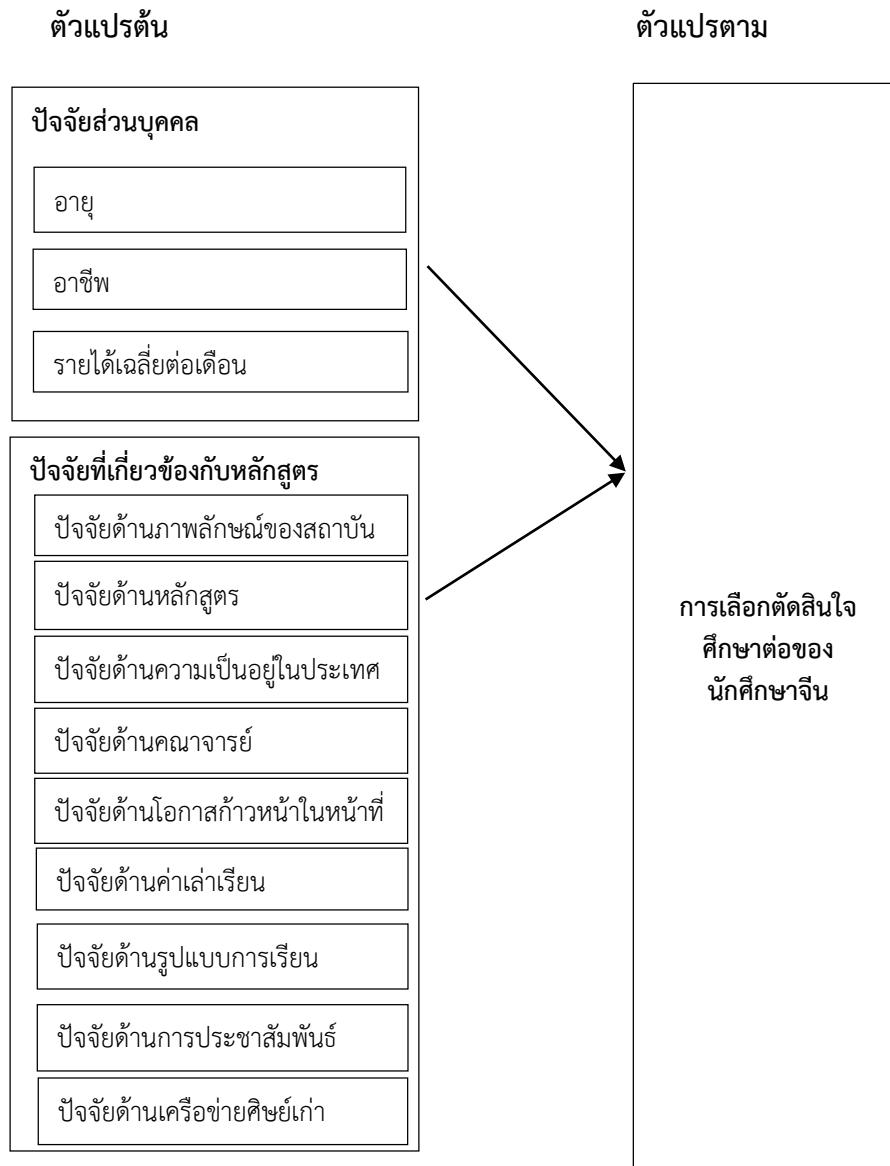
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน

หลักสูตรเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ โดย Armstrong (2003) อธิบายว่า หลักสูตร คือกระบวนการพัฒนาความรู้และทักษะ ขณะที่ ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2562) และ Saylor และคณะ (1981, อ้างถึงใน วัชรภรณ์ เกตุช้าง และคณะ, 2565) เน้นการออกแบบเนื้อหาและการจัดการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบตามปรัชญาการศึกษา ด้านคุณภาพการสอน จิตติมา วงศ์ราชันท์ (2563) กล่าวว่า ความรู้เนื้อหาและความสามารถบูรณาการวิธีสอนกับเนื้อหา (PCK) มีผลต่อประสบการณ์ผู้เรียนโดยตรงทฤษฎีสันับสนุน ได้แก่ Kolb (1984) เรื่องการเรียนรู้จากประสบการณ์ Becker (1964) ที่มองการศึกษาเป็นการลงทุนเพิ่มทุนมนุษย์ Stokols (1978) ด้านสภาพแวดล้อม และ Kotler และ Keller (2016) ด้านการสื่อสารคุณค่าหลักสูตร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องยืนยันว่า คุณภาพหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ และการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับดุษฎีบัณฑิต

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเป็นองค์ประกอบเชิงคุณภาพที่มีแนวโน้มสัมพันธ์โดยตรงกับการตัดสินใจศึกษาต่อ โดยเฉพาะในบริบทนักศึกษาเงินในสถาบันการศึกษาเอกชน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา และวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีน หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในสถาบันการศึกษาเอกชน ABC เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาเอก ปีการศึกษา พ.ศ. 2563 – 2567 ของวิทยาลัยนานาชาติจีน สถาบันเอกชน ABC จำนวนทั้งสิ้น 194 คน ซึ่งประกอบไปด้วยนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่และนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้ว กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 130 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาจากนักศึกษาที่กำลังศึกษา และนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจำนวน 130 คน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. รวบรวมรายชื่อนักศึกษาจากฐานข้อมูลของวิทยาลัยนานาชาติจีน แยกเป็นรายชื่อนักศึกษาปัจจุบันและศิษย์เก่า
2. พิจารณาจากคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถเข้าถึงได้ผ่านการติดต่อโดยตรงและช่องทางออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Wenjuan ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ ของนักศึกษาจีนในสถาบันการศึกษาเอกชน ABC โดยขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรและสถาบันที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ
 - ส่วนที่ 3 การเลือกตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีน
 - ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น หรือเสนอแนวทางเพิ่มเติมตามความคิดเห็นส่วนตัว เพื่อให้ข้อมูลสะท้อนมุมมองจริงของกลุ่มตัวอย่าง
- แบบสอบถามส่วนที่ 1 แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีจำนวน ทั้งหมด 4 ข้อ แบบสอบถามในส่วนที่ 2-3 เป็นแบบสอบถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความตรงเชิง โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง พบว่า มีค่าระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของโครนบัค โดยได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 (สมมติค่ามาตรฐาน) ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นเพียงพอในการเก็บข้อมูลจริง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ภายหลังจากตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของแบบสอบถามแล้ว จึงนำข้อมูลมาลงรหัสบันทึก และวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปแบบความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ ใช้การคำนวณค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อแสดงระดับความคิดเห็นและการกระจายของข้อมูลในแต่ละด้าน

2. สถิติเชิงอนุมานใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อนำผลจากกลุ่มตัวอย่างไปอ้างอิงถึงประชากร และใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายละเอียดของสถิติที่ใช้มีดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ ใช้ในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ใช้วัดระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณ 2 ตัว โดยมีค่าระหว่าง -1 ถึง 1

2.2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาจีน จำแนกตามตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม

ผู้วิจัยใช้การทดสอบค่าที่แบบอิสระต่อกัน (Independent Samples t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาจีน จำแนกตามเพศ ซึ่งเป็นตัวแปรที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

สถิติดังกล่าวใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน โดยพิจารณาค่าความน่าจะเป็น (p-value) เทียบกับระดับนัยสำคัญที่กำหนด หาก $p < 0.05$ แสดงว่า ค่าเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. หลักเกณฑ์การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ □ การแปลผลระดับความสัมพันธ์พิจารณาจากขนาดของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามเกณฑ์ของ แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์ (2555) แบ่งระดับความสัมพันธ์เป็น 5 ระดับ ได้แก่ 0.81–1.00 สูงมาก 0.61–0.80 สูง 0.41–0.60 ปานกลาง 0.21–0.40 ต่ำ และ 0.00–0.20 ต่ำมาก

ผลการวิจัย

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.3 อยู่ในช่วงอายุ 36–41 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 ประกอบอาชีพครูระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา ร้อยละ 33.1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 45,001–90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่างสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานและมีความพร้อมทั้งด้านทั้งด้านเวลา ประสบการณ์ และศักยภาพทางเศรษฐกิจในการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามจำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ ข้อมูลดังนี้

1.1 ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 และเพศชาย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7

1.2 ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 36 - 41 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 30 - 35 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 ช่วงอายุ 42 - 47 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 ช่วงอายุ 24 - 29 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และ ช่วงอายุที่น้อยที่สุด คือ 48 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

1.3 ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพครูระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมา คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 อาชีพอาจารย์ระดับมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 อาชีพอาจารย์ระดับมหาวิทยาลัยรัฐบาล จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และอาชีพที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

1.4 ด้านรายได้ต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 45,001 - 90,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ ช่วง 27,001 - 36,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 สำหรับช่วงรายได้ 18,000 - 27,000 บาท และช่วง 36,001 - 45,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน คือ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 รองลงมาคือช่วงมากกว่า 90,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และช่วงที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 18,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร และสถาบันที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีน

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีน ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน

2.1 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.87) สะท้อนว่านักศึกษาจีนให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของสถาบันในระดับสูง โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของคณาจารย์ ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.82) รองลงมา คือ ความปลอดภัยของสถาบัน ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.80) ขณะที่ความน่าเชื่อถือของสถาบัน ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.98) และการเป็นที่ยอมรับในวงการการศึกษา ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.87) อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

2.2 ปัจจัยด้านหลักสูตร ที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จำนวนหน่วยกิต และโครงสร้างหลักสูตรมีความเหมาะสมต่อภาระการเรียนรู้ของผู้เรียน ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.84) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ หลักสูตรมีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.88) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด หลักสูตรที่เปิดสอนมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.86) อยู่ในระดับมาก และหลักสูตรที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.90) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

2.3 ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ในประเทศไทย ที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สภาพแวดล้อมของประเทศไทยเหมาะสมต่อการใช้ชีวิตและการเรียน ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ประเทศไทยมีความปลอดภัยในการดำรงชีวิตประจำวัน ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.85) อยู่ในระดับมาก ที่พักอาศัยในประเทศไทยมีความสะดวกและปลอดภัย ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.95) อยู่ในระดับมาก และประเทศไทยมีระบบการคมนาคมและการขนส่งที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.97) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.4 ปัจจัยด้านคณาจารย์ ที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ คณาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.81) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ คณาจารย์ให้คำแนะนำและคำปรึกษาในเรื่องการเรียนอย่างเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมากที่สุด คณาจารย์มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่เหมาะสมกับสาขาวิชาที่สอน ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.81) อยู่ในระดับมากที่สุด และการจัดการเรียนการสอนของคณาจารย์เอื้อต่อการนำไปใช้จริง ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.85) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.5 ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ หลักสูตรช่วยเสริมสร้างความรู้และความสามารถที่เกี่ยวข้องกับงานในสายอาชีพ ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.78) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ หลักสูตรนี้ช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการดำเนินงานทางธุรกิจหรือการทำงานเชิงวิชาการ ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.87) อยู่ในระดับมากที่สุด การสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนี้ส่งเสริมโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งและความก้าวหน้าในอาชีพ ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.95) อยู่ในระดับมากที่สุด และวุฒิการศึกษามีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในประเทศจีน ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 1.10) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.6 ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน ที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษาจีน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีระบบผ่อนชำระค่าเล่าเรียนเป็นรายภาคการศึกษา ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.93) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ค่าหน่วยกิตตลอดหลักสูตรมีความเหมาะสมกับคุณภาพในการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.91) อยู่ในระดับมากที่สุด อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของหลักสูตรเหมาะสม ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.98) อยู่ในระดับมากที่สุด และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ของหลักสูตร (เช่น ค่าลงทะเบียนและค่าบริการทางการศึกษา) อยู่ในระดับที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 1.04) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.7 ปัจจัยด้านรูปแบบการเรียน ที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษาจีน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ รูปแบบการเรียนการสอนเน้นการนำความรู้ไปใช้จริง ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.90) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ รูปแบบการเรียนมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับให้เหมาะสมกับข้อจำกัดหรือคุณลักษณะของผู้เรียนได้ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.92) อยู่ในระดับมากที่สุด รูปแบบการเรียนมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยสนับสนุนในการเรียนรู้มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.96) อยู่ในระดับมากที่สุด และรูปแบบการเรียนมีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ที่เหมาะสมกับการเรียน ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 1.05) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.8 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษาจีน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ของหลักสูตรมีการนำเสนอข้อมูลหลักสูตรอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.96) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ สถาบันมีเว็บไซต์ทางการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.97) อยู่ในระดับมากที่สุด ช่องทางออนไลน์สำหรับการประชาสัมพันธ์หลักสูตรสามารถให้ข้อมูลได้ตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.90) อยู่ในระดับมากที่สุด และการประชาสัมพันธ์ของหลักสูตรมีช่องทางที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.96) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.9 ปัจจัยด้านเครือข่ายศิษย์เก่า ที่สัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษาจีน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ศิษย์เก่าให้ข้อมูลและประสบการณ์เกี่ยวกับการเรียนและการใช้ชีวิตในประเทศไทย ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.92) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ศิษย์เก่าให้คำแนะนำด้านการเรียนและเส้นทางอาชีพ ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.96) อยู่ในระดับมาก ศิษย์เก่าประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.97) อยู่ในระดับมาก และสถาบันมีการจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายระหว่างศิษย์ปัจจุบันและศิษย์เก่า ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 1.01) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจศึกษาต่อ ของนักศึกษาจีน หลักสูตรปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 ระดับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีน ที่สัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลค่าเฉลี่ย ดังนี้

พบว่า ระดับการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ คุณภาพของคณาจารย์ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ คุณภาพและมาตรฐานของหลักสูตร ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.80) อยู่ในระดับมากที่สุด เนื้อหาหลักสูตรตรงกับความสนใจ ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมากที่สุด รูปแบบการเรียนการสอนมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.80) อยู่ในระดับมาก คำแนะนำจากศิษย์เก่า ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.91) อยู่ในระดับมาก สภาพแวดล้อมและการใช้ชีวิตในประเทศไทย ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.92) อยู่ในระดับมาก โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.94) อยู่ในระดับมาก ค่าเล่าเรียน ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.94) อยู่ในระดับมาก และการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.90) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านหลักสูตร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านหลักสูตรและสถาบัน จำนวน 9 ด้าน ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ของสถาบัน 2) หลักสูตรที่เปิดสอน 3) ความเป็นอยู่ในประเทศไทย 4) คณาจารย์ 5) โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 6) ค่าเล่าเรียน 7) รูปแบบการเรียน 8) การประชาสัมพันธ์ และ 9) เครือข่ายศิษย์เก่า ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในสถาบันการศึกษาเอกชน ABC โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ มีการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในสถาบันการศึกษาเอกชน ABC ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ มีการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในสถาบันการศึกษาเอกชน ABC แตกต่างกัน

ตารางที่ 1: ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาจีน จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม	ปัจจัยส่วนบุคคล	f	df ₁	df ₂	Sig. (p)	ผลการทดสอบ
การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ (Y)	อายุ	0.662	4	24.0	.625	ไม่แตกต่าง
	อาชีพ	1.38	6	18.5	.273	
	รายได้	0.389	5	42.2	.853	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA (Welch's) พบว่า อายุ (Sig. = .625) อาชีพ (Sig. = .273) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Sig. = .853) มีค่า Sig. มากกว่า .05 ทั้งหมด แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวไม่ทำให้ระดับการตัดสินใจศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาจีน จำแนกตามเพศ

ตัวแปรตาม	เพศ	n	Mean (\bar{X})	S.D	t	df	Sig. (p)	ผลการทดสอบ
การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ (Y)	ชาย	62	4.13	0.648	0.905	128	.367	ไม่แตกต่าง
	หญิง	68	4.03	0.671				
	รวม	130	4.08	0.658				

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent Samples t-test พบว่า เพศไม่มีความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ โดยมีค่า Sig. = .367 ซึ่งมากกว่า .05 แสดงว่า เพศชายและเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3: การหาค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทุกด้านกับการตัดสินใจศึกษาต่อของ นักศึกษาจีน หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน)

ตัวแปร	Y	Sig. (p)
X ₁	0.686***	< .001
X ₂	0.773***	< .001
X ₃	0.671***	< .001
X ₄	0.703***	< .001
X ₅	0.720***	< .001
X ₆	0.710***	< .001
X ₇	0.840***	< .001
X ₈	0.756***	< .001
X ₉	0.775***	< .001

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยทั้ง 9 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงถึงสูงมาก ($\square = 0.671-0.840$) เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการเรียน ($\square = 0.840$) สูงสุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านเครือข่ายศิษย์เก่า ($\square = 0.775$) ปัจจัยด้านหลักสูตรที่เปิดสอน ($\square = 0.773$) ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ($\square = 0.756$) ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\square = 0.720$) ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน ($r = 0.710$) ปัจจัยด้านคณาจารย์ ($\square = 0.703$) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์สถาบัน ($\square = 0.686$) และ ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ในประเทศไทย ($\square = 0.671$)

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการเรียน ปัจจัยด้านหลักสูตรที่เปิดสอน และปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เป็นกลุ่มปัจจัยหลักที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับสูงที่สุด และมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดแนวโน้มการตัดสินใจของผู้เรียนมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ของนักศึกษาชาวจีนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปรายผลดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจศึกษาต่อ ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่าผู้เรียนระดับปริญญาเอกมีเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านความก้าวหน้าและการพัฒนาตนเองที่ชัดเจน เหนือกว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2000) ที่ระบุว่า การตัดสินใจในบริษัทที่ซับซ้อนมักเกิดจากการประเมินคุณค่าเชิงระบบมากกว่าลักษณะพื้นฐาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen (2021) รวมถึงวสพร ต้นประเสริฐ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2567) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นเพียงเงื่อนไขพื้นฐาน แต่ไม่ใช่ตัวกำหนดการตัดสินใจโดยตรงในระดับบัณฑิตศึกษา

อันดับ 1 ปัจจัยด้านรูปแบบการเรียน มีความสัมพันธ์ในระดับสูงที่สุดสะท้อนถึงความสำคัญของความยืดหยุ่นและตารางเรียนที่เอื้อต่อกลุ่มวัยทำงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Simon (1976) เรื่องข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากรในการตัดสินใจ และงานวิจัยของ ชมนาด กิจจันทร์ และคณะ (2568) ที่ระบุว่า รูปแบบการเรียนที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตช่วยลดอุปสรรคและเสริมแรงจูงใจได้ดีที่สุด

อันดับ 2 ปัจจัยด้านเครือข่ายศิษย์เก่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากนี้สะท้อนวัฒนธรรมการตัดสินใจที่อิงบนฐานความไว้วางใจตามแนวคิดของ Moody (1983) ที่เน้นการใช้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดความไม่แน่นอน สอดคล้องกับ ปัทมาพร สมบูรณ์ และ ในตะวัน กำหอม (2568) ที่พบว่า ประสบการณ์จากบุคคลใกล้ชิดช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพสถาบัน

อันดับ 3 ปัจจัยด้านหลักสูตรที่เปิดสอนเน้นโครงสร้างหลักสูตรที่ทันสมัยและการประยุกต์ใช้ได้จริง สอดคล้องกับทฤษฎีทุนมนุษย์ของ Becker (1964) ที่มองการศึกษาเป็นการลงทุนเพื่อเพิ่มมูลค่าบุคคล และสอดคล้องกับ Yang (2023) ที่ว่าคุณภาพหลักสูตรคือกลไกสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชน

อันดับ 4 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและภาษาแม่ช่วยเสริมสร้างการรับรู้คุณค่า สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler และ Keller (2016) เรื่องการสื่อสารคุณค่าหลักสูตร และงานวิจัยของ Zhang และ Qinling (2022) ที่ระบุว่า สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในตลาดอุดมศึกษานานาชาติ

อันดับ 5 ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ผู้เรียนมองว่าวุฒิการศึกษา คือ กลไกยกระดับสถานะทางวิชาชีพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Stoner (1970) และ Li (2020) ที่ว่าความคาดหวังต่อผลตอบแทนในอนาคตเป็นแรงจูงใจหลักของการศึกษาต่อต่างประเทศ

อันดับ 6 ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน สะท้อนกระบวนการประเมินความคุ้มค่าระหว่างต้นทุนและผลลัพธ์ทางการศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดของ Sproles และ Kendall (1986) ที่ว่าผู้เรียนให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการตัดสินใจ

อันดับ 7 ปัจจัยด้านคุณภาพอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญของอาจารย์มีผลต่อความเชื่อมั่นเชิงวิชาการ สอดคล้องกับ จิตติมา วงศ์ราชนันท์ (2563) เรื่องความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ (PCK) และงานวิจัยของ สุภาพร คชารัตน์ (2565) ที่ยืนยันว่า ศักยภาพของคณาจารย์เป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดนักศึกษาจีน

อันดับ 8 ภาพลักษณ์ของสถาบันพบความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำกว่าปัจจัยเชิงคุณภาพอื่น ๆ สอดคล้องกับวรรณกรรมของ Dowling (2004) และข้อสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมที่ว่า ภาพลักษณ์ทำหน้าที่เป็นปัจจัยทางอ้อมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นเบื้องต้น แต่อาจไม่ใช่ตัวแปรหลักในการตัดสินใจระดับปริญญาเอกที่มุ่งเน้นผลลัพธ์เชิงรูปธรรม

อันดับ 9 ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุด สะท้อนถึงการตัดสินใจเชิงเป้าหมายของนักศึกษาชาวจีนที่มุ่งเน้นความสำเร็จทางวิชาการและวิชาชีพมากกว่าความสะดวกสบายส่วนตัว สอดคล้องกับแนวคิดของ Li (2020) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีผลน้อยกว่าปัจจัยเชิงคุณภาพของหลักสูตร

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนเป็นการกระบวนการคิดเชิงระบบที่มุ่งเน้นความยืดหยุ่นของรูปแบบการเรียน และ ความเชื่อมั่นผ่านเครือข่ายสังคมเป็นสำคัญ โดยมีปัจจัยด้านคุณภาพหลักสูตรและความก้าวหน้าทางอาชีพเป็นแกนกลางในการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการตัดสินใจอย่างมีขั้นตอนของ Simon (1960) ที่ระบุว่า บุคคลจะเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดภายใต้ข้อจำกัดและเป้าหมายที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยเชิงนโยบาย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจของนักศึกษาจีนในสถาบันเอกชน ABC ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับสูงถึงสูงมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านรูปแบบการเรียน รองลงมา คือ เครือข่ายศิษย์เก่า และหลักสูตรที่เปิดสอนตามลำดับ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

พัฒนารูปแบบการเรียนแบบยืดหยุ่น กำหนดนโยบายสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid หรือ Modular โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับผู้เรียนวัยทำงานที่มีข้อจำกัดด้านเวลา ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจ

สร้างเครือข่ายศิษย์เก่าเชิงรุก ควรมีนโยบายระดับคณะในการจัดตั้งระบบ ศิษย์เก่าพี่เลี้ยงเพื่อเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้สมัครรายใหม่ผ่านประสบการณ์จริงของศิษย์เก่า

พัฒนาหลักสูตรที่เชื่อมโยงวิถีวิชาชีพ ส่งเสริมความร่วมมือ (MOU) กับสถานประกอบการชั้นนำในไทยและจีน เพื่อสนับสนุนความก้าวหน้าในอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา และเพิ่มความคุ้มค่าเชิงวิชาชีพของหลักสูตร

ยกระดับการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ พัฒนาการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มที่กลุ่มเป้าหมายชาวจีนนิยม (เช่น WeChat, Little Red Book) โดยเน้นการนำเสนอจุดเด่นเรื่องรูปแบบการเรียนที่ยืดหยุ่นและหลักสูตรที่

ทันสมัยเสริมสร้างภาพลักษณ์ทางวิชาการ ส่งเสริมให้คณาจารย์เผยแพร่ผลงานวิชาการในระดับนานาชาติ เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นเชิงวิชาการควบคู่ไปกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาณัฐ ปิ่นเกษ. (2561). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ การทำเรื่องกรุงเทพ [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3030>
- จักรกฤษ เดชพร. (2563). การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้บริโภค กรณีศึกษาบริษัท อ่าพลฟูดส์ โพรเซสซิง จำกัด [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิตติภักษ์ ศรีสุรฉีกุล, บุญมา อ้อมวิเศษ, และ สำราญ บุญเจริญ (2567). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์*, 6(2), 114-129. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jams/article/view/1531/1272>
- จิณณวัตร ปะโคทัง และ ชีระ รุญเจริญ. (2565). ปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์สถานศึกษาในยุคดิจิทัล. *วารสารครุศาสตร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 5(3), 123-131. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edunsrujo/article/view/258188/174396>
- จิตติมา วงศ์ราชนนท์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในประเทศไทยของนักศึกษาจีน [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ชมนาด กิจจันทร์, จิระเดช นุกูลโรจน์, และ กุลนาถ พุ่มอำภา. (2568). ความต้องการศึกษาต่อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ระดับปริญญาเอก หลักสูตรนาฏศิลป์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. *วารสารจันทรเกษมสาร*, 31(1), R64-R79. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/crujournal/article/view/266373>
- ธัญญา ลัญฉประสิทธิ์, รัตนพงศ์ คงเจริญ, วิสวัส ทองธีรภาพ, สุดาวดี จันทร์ภิววัฒน์, และ เนตรชนก ฤทธาคณี. (2566). การศึกษาไทยในสายตานักศึกษาต่างชาติ: กรณีศึกษา วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(3), 93-104. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hsrnj/article/view/268441>
- ปัทมาพร สมบูรณ์ และ ในตะวัน กำหอม. (2568). ปัจจัยระบบนิเวศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เข้ามาศึกษาในระดับอุดมศึกษา. *วารสารวิชาการรัตนบุศย์*, 7(1), 56-66. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/rtnb/article/view/6429>
- ไพฑูริย์ สีนลาร์ตัน. (2562). *หลักคิด: การจัดการหลักสูตรและการสอน*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วสพร ตันประเสริฐ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. (2567). เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาปริญญาตรี กับกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนต่อระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 9(12), 657-673. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSAA/article/view/274829>

- วัชรภรณ์ เกตุช่าง, อีรพงษ์ จันเป็รียง, และ เจนวิทย์ วารีบ่อ. (2565). การศึกษารูปแบบการเรียนการสอนตามแนวคิดห้องเรียนกลับด้าน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในการอ่านภาษาอังกฤษของนักศึกษา สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาจีน. (2568). หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) หลักสูตรปรับปรุง 2568. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ศิวิมล เมืองน้อย. (2562). ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร และปัจจัยด้านแรงจูงใจในการใช้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สรณัฐรัตน์ สุวรรณนคร. (2568). เหตุผลในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. วารสารนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม, 2(5), 57–73. <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/J-BSI/article/view/1396>
- สุขาดา ฐมะลิ. (2563). ภาพลักษณ์ของสถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุพรรณษา ร่มลำดวน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงวิทยาลัยเทคโนโลยีฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สุภาพร คชารัตน์. (2565). การศึกษาความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาเอกในสาขาวิชาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 16(1), 210–223.
- เสกสรรค์ สนวา, สุพัฒนา ศรีบุตรดี, และ วรฉัตร วุฒิวรรณ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะนิติรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 8(2), 15-30. <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.25>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนตลาด. ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์. (2555). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ: กรณีศึกษา ธนาคารเกียรตินาคิน สาขากรุงเทพมหานครและปริมณฑล [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- Armstrong, M. (2003). *A handbook of human resource management practice* (9th ed.). Kogan Page.
- Barnard, C. I. (1938). *The functions of the executive*. Harvard University Press.
- Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. National Bureau of Economic Research.
- Boulding, K. E. (1975). *The image: Knowledge in life and society*. University of Michigan Press.
- Chen, S. (2021). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีนในระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) [งานนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Dowling, G. R. (2004). Corporate reputations: Should you compete on yours?. *California Management Review*, 46(3), 19–36. <https://doi.org/10.2307/41166219>
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2000). *Organizations: Behavior, structure, processes* (10th ed.). Irwin/McGraw-Hill.
- Jefkins, F. (1977). *Planned public relations*. Intertext Books.



- Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model. *Academy of Management Review*, 16(2), 366–395. <https://doi.org/10.2307/258867>
- Keller, K. L. (2021). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson Education.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Li, Y. (2020). *A survey of spending behaviors of Chinese students studying in Thailand: A case study of Guangxi University of Foreign Languages* [Master's thesis]. Guangxi University of Foreign Languages.
- Moody, P. E. (1983). *Decision making: Proven methods for better decisions*. McGraw-Hill.
- Simon, H. A. (1960). *The new science of management decision*. Harper & Row.
- Simon, H. A. (1976). *Administrative behavior: A study of decision-making processes in administrative organization* (3rd ed.). Free Press.
- Sproles, G. B., & Kendall, E. L. (1986). A methodology for profiling consumers' decision-making styles. *Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 267–279. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1986.tb00382.x>
- Stokols, D. (1978). Environmental psychology. *Annual Review of Psychology*, 29(1), 253–295.
- Stoner, J. A. F. (1970). *Management*. Prentice-Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.
- Yang, L., & Thaima, W. (2021). The growth of Chinese students and the diversity of educational programs offered by educational institutions of higher education in Thailand. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 7(6), 331-346. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/article/view/247889>
- Yang, X. (2023). *Influencing factors for Chinese students to choose private universities in Bangkok and its surrounding areas for undergraduate study* [Master's thesis]. Bangkok University.
- Zhang, X., & Qinling. (2022). *中国赴泰留学生在泰国背景下英语学习策略的调查与研究*. Mahasarakham University.

การธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กร กรณีศึกษาแผนกจัดซื้อทั่วไปของบริษัท ABC EMPLOYEE RETENTION IN THE ORGANIZATION: A CASE STUDY OF THE GENERAL PURCHASING DEPARTMENT AT ABC COMPANY

ปิติยะดา ควรสุวรรณ^{1*} ชุตินทร บัวเฟื่อน² และนิธิภัทร กมลสุข³
Pitiyada Khuansuwan^{1*}, Chutinate Buaphuan², and Nitipat Kamolsuk³

^{1,2} คณะการจัดการธุรกิจบริการ โรงแรม และการบิน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
³ สำนักการศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2} Faculty of Hospitality and Aviation Management, Panyapiwat Institute of Management

³ The Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management

*Corresponding Author, E-mail: 6775100124@stu.pim.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการธำรงรักษาบุคลากรและหาแนวทางในการรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในแผนกจัดซื้อทั่วไปของบริษัท ABC ซึ่งเป็นกรณีศึกษาที่ประสบปัญหาการลาออกของพนักงานจำนวนมากในปี 2567-2568 การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมายรวม 30 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับต่าง ๆ และเจ้าหน้าที่ที่มีอายุการทำงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการธำรงรักษาบุคลากรในแผนกจัดซื้อทั่วไปประกอบด้วย 6 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ลักษณะงาน และเพื่อนร่วมงาน ผู้วิจัยสรุปประเด็นหลักเชิงบวก โดยเรียงตามลำดับร้อยละจากสูงสุดถึงต่ำสุด ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านหัวหน้างาน มีความคิดเห็นเชิงบวกสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา คือ 2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 90 และ 3) ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 83 ขณะที่ 4) ปัจจัยด้านลักษณะงาน มีความคิดเห็นเชิงบวก คิดเป็นร้อยละ 83 ส่วน 5) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 66 และ 6) ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีความคิดเห็นเชิงบวกต่ำที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56 ในส่วนของประเด็นเชิงลบ จากการสัมภาษณ์ พบว่า โดยเรียงตามลำดับร้อยละจากสูงสุดถึงต่ำสุด ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นประเด็นที่มีความคิดเห็นเชิงลบสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา คือ 2) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 34 ขณะที่ 3) ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมงาน และ 4) ปัจจัยด้านลักษณะงาน มีความคิดเห็นเชิงลบเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17 สำหรับ 5) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบความคิดเห็นเชิงลบ คิดเป็นร้อยละ 10 และ 6) ปัจจัยด้านหัวหน้างาน ไม่พบความคิดเห็นเชิงลบ

จากการศึกษานำไปสู่แนวทางการธำรงรักษาให้บุคลากรคงอยู่กับองค์กรและข้อเสนอแนะ ประเด็นที่บุคลากรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยพนักงานต้องการให้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานะเงินเพื่อ แผนการเกษียณ และสวัสดิการด้านสุขภาพ ซึ่งมีผู้ให้ความเห็นสูงถึง 20 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมา คือ เรื่องสมดุลชีวิตในการทำงาน (Work-Life Balance) เช่น การปรับนโยบายทำงาน 5 วันต่อสัปดาห์และการเพิ่มวันหยุดพักผ่อน โดยมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และประเด็นสุดท้าย พนักงานให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้บริหาร ในการลงมาช่วยแก้ไขปัญหาหน้างานจริงและลดช่องว่างระหว่างระดับชั้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33

คำสำคัญ: การธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กร บุคลากร แผนกจัดซื้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่

Abstract

This research aims to study the factors influencing employee retention and to find ways to keep employees in the general purchasing department of ABC Company a case study facing a high rate of employee turnover in 2024-2025, is a qualitative research study using in-depth interviews with a target group of 30 people. The study, which included various levels of management and staff with at least one year of service, found that six main factors influenced personnel retention in the general purchasing department. These include career advancement, compensation and benefits, work environment, relationships with supervisors, job characteristics, and colleagues. The researchers summarized the main positive aspects, ranking them from highest to lowest percentage. The results are as follows: 1) Factors related to supervisors accounted for 100% of the sample; 2) Factors related to the work environment accounted for 90% of the sample; 3) Factors related to colleagues accounted for 83% of the opinions; and 4) Factors related to the nature of the work accounted for the majority of the sample (83%). 5) Career advancement factors (66% of employees) and 6) Compensation factors. From the interviews, only 56% had positive opinions, with the main negative issues, in order from highest to lowest percentage as follows: 1) Regarding compensation, interviews revealed a high proportion of negative opinions, at 44%. 2) Regarding career advancement, 34% of employees expressed negative opinions; 3) Regarding colleagues, 17% expressed negative opinions; 4) Job-related factors accounted for 17% of the negative perceptions; 5) Work environment factors accounted for 10%, and 6) Supervisor factors showed no negative aspects.

The study led to guidelines for retaining personnel within the organization and recommendations on the issues that are most important to employees: the issue concerns compensation and benefits, with employees wanting adjustments to reflect inflation, retirement plans, and health benefits. This was supported by as many as 20 people, this accounted for 66 percent, followed by work-life balance, such as adjusting to a 5-day work week and increasing vacation days, with 12 people, or 40 percent, responding positively and finally, 10 employees, representing 33%, valued the role of management in helping to solve real-world problems and bridge the gap between hierarchical levels.

Keywords: Retention, Personnel, Purchasing Department, Factors influencing retention

บทนำ

บุคลากร คือ ฟันเฟืองสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จและความยั่งยืน (กันตัทธ โทมลเสนาะ, 2562) การลาออกของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถย่อมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน (ไตรสิทธิ์ ยุทธวิสุทธิ์ และคณะ, 2566) โดยเฉพาะบริษัท ABC ซึ่งเป็นธุรกิจการผลิตที่ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว แผนกจัดซื้อทั่วไปจึงมีบทบาทวิกฤตในการจัดหาคู่ค้าเพื่อซ่อมบำรุงเครื่องจักรและ

ปรับปรุงพื้นที่ให้ทันท่วงที เพื่อลดความเสี่ยงในการสูญเสียรายได้ ทั้งนี้ ประสิทธิภาพขององค์กรไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้บริหารเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับบุคลากรทุกคนในองค์กร (ธิดารัตน์ คงชะปัญญา และคณะ, 2567) หากเกิดภาวะขาดแคลนกำลังคนจะนำไปสู่ปัญหาภาระงานที่มากเกินไป คุณภาพงานลดลง มีภาระค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมใหม่ และต้นทุนบรรยากาศการทำงานจนเกิดความเครียดสะสมในระยะยาว

ในช่วงปี พ.ศ. 2567 ถึงกลางปี พ.ศ. 2568 แผนกจัดซื้อทั่วไปของบริษัท ABC ประสบปัญหาการสูญเสียบุคลากรถึง 14 คน (นารีรัตน์ ชมแค้น, 2568) ส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนกำลังคนอย่างรุนแรงและกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการธำรงรักษาบุคลากร อาทิ ความก้าวหน้าในอาชีพ ค่าตอบแทน สภาพแวดล้อม หัวหน้างาน ลักษณะงาน และเพื่อนร่วมงาน เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางแก้ไขปัญหาการลาออกและพัฒนามาตรการรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรได้ยาวนาน เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมทั้งสร้างความแข็งแกร่งและการเติบโตที่ยั่งยืนให้แก่บริษัทสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กร กรณีศึกษาแผนกจัดซื้อทั่วไปของบริษัท ABC และเป็นแนวทางในการธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กร

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยศึกษาได้รวบรวมแนวความคิดต่าง ๆ ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยโดยจัดลำดับเนื้อหา ดังนี้

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) เป็นภารกิจที่มีความสำคัญยิ่งกับองค์กรที่จะจัดหาคนดี และคนเก่งเข้ามาปฏิบัติงานร่วมกับองค์กร ซึ่งการดำเนินการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบไปด้วย การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหา และการคัดเลือกที่มุ่งเลือกสรรคนดี มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานกับองค์กร จึงมีผู้ศึกษาและนักวิชาการ ได้ให้ความหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ดังนี้

พระครูปราโมชสีทธานุยุต (2567) กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการจัดการบุคคลในองค์กร เป็นการใช้ทรัพยากรบุคคลเพื่อให้ปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการพัฒนาและการรักษา ทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนถึงการให้พ้นจากงาน

พัชรินทร์ อักษรผอม และ สุนทรี วรรณไพเราะ (2567) กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการจัดการบุคคลในองค์กร เป็นการใช้ทรัพยากรบุคคล เพื่อให้ปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยผ่านกิจกรรมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ขององค์กร

สรุปได้ว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการหรือระบบที่ครอบคลุมตั้งแต่การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน การให้รางวัล การดูแลความเป็นอยู่ และการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์ ศิลปะในการบริหาร รวมถึงการมีส่วนร่วมของพนักงาน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเอื้อต่อการเจริญเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงาน

นรินทร์ นาเจริญ (2565) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจในการทำงานว่า แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง กระบวนการเพิ่มพฤติกรรมให้กับบุคลากรให้มีความพยายามที่จะทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีผลการปฏิบัติงานที่ดียิ่งขึ้นโดยมีการศึกษาพฤติกรรมของบุคลากรนั้นว่ามีความต้องการในด้านใดมากที่สุด และนำความต้องการเหล่านั้นมาเป็นจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือน ความก้าวหน้าในอาชีพ การให้รางวัล การยอมรับนับถือ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้บุคลากรเอาใจใส่ใจการปฏิบัติงานมากขึ้นเพื่อผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับและทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้นด้วย

การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's Two Factor Theory)

Herzberg (1959) ได้เสนอปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย ดังนี้ 1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นปัจจัยโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับงานและเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลเป็นปัจจัยที่使人ชอบทำงานและรักงานปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยย่อย 5 ปัจจัยดังนี้ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า และ 2) ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance factors) หรือปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene factors) หมายถึง ปัจจัยที่ค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา และเป็นองค์ประกอบที่ช่วยป้องกันการปฏิบัติงานของบุคลากรที่จะเกิดความไม่ชอบงานหรือหย่อนประสิทธิภาพลง ปัจจัยค้ำจุน ประกอบด้วย ปัจจัยย่อย 9 ปัจจัยดังนี้ เงินเดือนและค่าตอบแทน โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน สถานะทางอาชีพ นโยบายและการบริหาร สภาพการทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในงาน และการบังคับบัญชา

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's hierarchy of need) Maslow

Maslow (1943) กล่าวว่า มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อย ๆ ทุกคนต่างดิ้นรนเพื่อต่อสู้จุดมุ่งหมายของตนเอง สิ่งที่มีมนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับชดเชย ทฤษฎีของ Maslow จะอยู่บนพื้นฐานของสมมติฐาน 3 ข้อ คือ

- 1) มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด
- 2) ความต้องการของบุคคลจะถูกเรียงลำดับความสำคัญ หรือเป็นลำดับขั้นความต้องการ
- 3) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมนั้น ๆ ต่อไป

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กร

สิรินทร์ ชุมอินทรจักร (2566) ได้ให้ความหมายของการธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่ กล่าวว่า การรักษาบุคลากรให้คงอยู่ หมายถึง สร้างและสนับสนุนปัจจัยต่าง ๆ ที่สนับสนุนและเอื้อหนุนกับการปฏิบัติงาน ในทุกมิติ โดยต้องบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ในลักษณะของการสร้างเสริมปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร และสร้างความพึงพอใจในงาน อย่างเช่น ลักษณะรูปแบบงานในแต่ละงานที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้างาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนในฝ่ายงานและระหว่างฝ่ายงาน ที่คอยสนับสนุนและส่งเสริมการทำงานซึ่งกันและกัน

ความสำคัญของการคงอยู่ของพนักงาน

การรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรในระยะยาวเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง นอกเหนือจากผลงานที่พนักงานสร้างขึ้น การธำรงรักษาพนักงานช่วยให้องค์กรมีบุคลากรที่มีศักยภาพสูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้แผนงานไม่สะดุด และส่งเสริมการเติบโตอย่างมั่นคง นอกจากนี้ยังคงไว้ซึ่งพฤติกรรมที่ดีและวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ซึ่งจะ

ถูกส่งต่อให้พนักงานรุ่นใหม่ ทำให้เกิดความเป็นทีมและเป้าหมายเดียวกัน พนักงานที่อยู่กับองค์กรนานยังเป็นแหล่งรวมองค์ความรู้และทักษะ สามารถถ่ายทอดให้กับพนักงานใหม่ ช่วยลดเวลาในการเรียนรู้และลองผิดลองถูก ทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน

Taunton et al. (1989) กล่าวถึง รูปแบบของทฤษฎีการรักษาพนักงานให้คงอยู่ (Theory model of retention) มี 4 องค์ประกอบที่ส่งผลกับการรักษาพนักงานให้คงอยู่ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน (Employee Characteristics) หมายถึง ลักษณะของบุคคล ประกอบด้วย โอกาสในการเปลี่ยนงาน สัมพันธภาพกับผู้ร่วมงาน การศึกษา และภาวะครอบครัว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (1) โอกาสในการเปลี่ยนงาน (2) สัมพันธภาพกับผู้ร่วมงาน และ (3) ภาวะครอบครัว

2) ปัจจัยด้านภาระงาน (Task Requirement) หมายถึง ลักษณะของงานประกอบด้วย ความจำเจของงาน การมีส่วนร่วม และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (1) ความจำเจของงาน (2) การมีส่วนร่วม และ (3) การติดต่อสื่อสาร

3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะองค์กร (Organization Characteristics) หมายถึง ลักษณะขององค์กร ประกอบด้วย ค่าตอบแทน ความยุติธรรม และโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (1) ค่าตอบแทน (2) ความยุติธรรม และ (3) โอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง

4) ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้บริหาร (Manager Characteristics) หมายถึง ลักษณะของผู้บริหาร ประกอบด้วย แรงจูงใจในการบริหาร อำนาจ อิทธิพล และแบบของภาวะผู้นำ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (1) แรงจูงใจในการบริหาร (2) อำนาจ และ (3) อิทธิพล

Mathis และ Jackson (2008) ได้เสนอว่า ปัจจัยด้านองค์กรที่สนับสนุนให้บุคลากรคงอยู่ในงาน มีทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณลักษณะขององค์กร (Characteristics of the Employer) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคคลในการตัดสินใจที่จะคงอยู่หรือจะไปจากองค์กร โดยมีองค์ประกอบดังนี้

(1) วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร (Organizational Culture and Value) เป็นแบบแผนความเชื่อและค่านิยมที่บุคลากรในองค์กรทุกคน มีความเข้าใจ และยึดถือปฏิบัติในการปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

(2) การบริหารจัดการขององค์กร (Management and Retention) การคงอยู่ในองค์กรของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการขององค์กร องค์กรที่มีบรรยากาศสบาย มีโอกาสในการแข่งขัน มีความเจริญก้าวหน้า องค์กรใดที่มีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีเป้าหมายชัดเจน สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ความมั่นคงในงาน (Job Security) การคงอยู่ในงานของบุคลากร ถ้าองค์กรมีความมั่นคงในงานสูง จะทำให้มีอัตราการคงอยู่ในงานสูง

2) ด้านลักษณะงานและการทำงาน (Job Design and Work) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ในองค์กรของบุคลากร โดยมีองค์ประกอบดังนี้

(1) การจัดสรรคนให้เหมาะสมกับงาน (Job/Person Match) โดยการให้คนได้ทำงานที่ตรงตามความรู้ ความสามารถ และทักษะของพวกเขา และบุคลากรส่วนใหญ่ต้องการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อความตั้งใจคงอยู่ในองค์กร

(2) ความยืดหยุ่นของเวลาทำงาน (Time Flexibility) ความยืดหยุ่นของเวลาทำงาน จะนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความยืดหยุ่นของงานจะช่วยลดความกดดัน จะทำให้บุคลากรมีความตั้งใจคงอยู่ในงาน

(3) ความสมดุลของชีวิตการทำงานและครอบครัว (Work/Life Balancing) ได้แก่ ความยืดหยุ่นของเวลาการทำงาน การลดจำนวนชั่วโมง รวมถึงสวัสดิการอื่น ๆ ที่องค์กรจัดสรร จะทำให้บุคลากรมีความพึงพอใจในงานและคงอยู่ในงาน

3) ด้านโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ (Career Opportunities) ถ้าองค์กรได้มีการพัฒนา ทางอาชีพจะทำให้บุคลากรคงอยู่ในงาน และการเปิดโอกาสให้บุคลากรมีความเจริญก้าวหน้าในงาน โดยมีองค์ประกอบดังนี้

(1) การพัฒนาทางอาชีพ (Training/Development and Mentoring) การสนับสนุน การพัฒนาทางอาชีพให้แก่บุคลากร จะทำให้มีความตั้งใจคงอยู่ในงานเพิ่มขึ้น

(2) การวางแผนพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพ (Career planning/Advancement) องค์กรจะเพิ่มการคงอยู่ของบุคลากรเมื่อมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรได้ทราบแนวทางการเจริญก้าวหน้าอย่างเป็นส่งผลให้ลดอัตราการลาออกจากการงานทำให้ความตั้งใจคงอยู่ในองค์กรสูงขึ้น

4) ด้านการให้รางวัล (Reward) เป็นรางวัลที่ได้รับจากการทำงาน เป็นการจ่าย ค่าตอบแทนเพื่อเป็นสิ่งจูงใจ ส่วนผลประโยชน์เป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการคงอยู่ในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย

(1) การจ่ายเงินและสวัสดิการที่แข่งขันได้ (Competitive Pay and Benefits) ผลการปฏิบัติงาน อย่างเป็นรูปธรรมโดยเฉพาะค่าตอบแทนที่ได้ต้องเพียงพอกับค่าใช้จ่ายในปัจจุบัน และสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ จะมีผลให้บุคลากรคงอยู่ในองค์กรได้นานขึ้น

(2) ผลงานและค่าตอบแทน (Performance and Compensation) บุคลากรต้องการรางวัลที่แตกต่างจากคนอื่นตามระบบการบริหารผลงานในองค์กรจะต้องเชื่อมโยงกับการได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นซึ่งรูปแบบการจูงใจบุคลากรให้คงอยู่ในงาน คือ การจ่ายเงินโบนัส เพื่อเป็นรางวัลพิเศษ ที่ได้รับตามผลงาน

(3) การได้รับการยอมรับ (Recognition) การได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงาน

5) ด้านสัมพันธภาพของบุคลากรภายในองค์กร (Employee Relationships) สัมพันธภาพของบุคลากรในองค์กรมีผลต่อความตั้งใจคงอยู่ในงาน และองค์กรใดที่ผู้บริหารมีความยุติธรรมในการปฏิบัติ เปิดโอกาสให้บุคลากรได้ตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมาย มีความยืดหยุ่นในงานและมีความสมดุลของชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว เป็นผลทำให้การคงอยู่ในงานเพิ่มขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน โดยอายุการทำงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเลือกมาแบบเจาะจง คือ ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก และเจ้าหน้าที่

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) โดยใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structures interviewing) เป็นการสัมภาษณ์แบบมีเป้าหมาย

1.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1) ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรม รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสังเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวกับการดำรงรักษาบุคลากรเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

- 2) นำร่างแบบสัมภาษณ์ มาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)
- 3) แนวคำถามในการสัมภาษณ์

1.2 การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ผู้วิจัยนำข้อคำถามฉบับร่างที่ได้จัดทำขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้อง และความตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ดัชนีระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) จำนวน 3 ท่าน ดำเนินการตรวจสอบข้อคำถามว่าครบสมบูรณ์ทุกข้อ มีความถูกต้องตามหลักวิชาการ และหาค่า IOC โดยนำคะแนนระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาตรวจสอบแต่ละข้อ โดยคัดเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structures Interviewing) โดยกำหนดออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ผู้สัมภาษณ์จะสอบถามผู้ให้สัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยใด ๆ หรือไม่มีข้อมูลที่เกิดขึ้นใหม่จึงจะหยุดการสัมภาษณ์

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

1) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของการถอดความสัมภาษณ์ โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากการจดบันทึกกับการบันทึกเสียง รวมถึงตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละราย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

2) แยกประเด็นสำคัญจากข้อมูลที่ได้ จากนั้นจึงจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกัน และสร้างหมวดหมู่ของข้อมูลที่มีลักษณะร่วมกัน เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์

3) วิเคราะห์ความหมายของข้อมูลในแต่ละประเด็น ค้นหาแบบแผนหรือความสัมพันธ์ของข้อมูล แล้วนำมาเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดการวิจัย

4) ตรวจสอบความถูกต้องของการตีความ ยืนยันผลการวิเคราะห์กับผู้ให้ข้อมูล และตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงเรียบเรียงผลการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและนำข้อมูลมาตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

ผลการวิจัย

การศึกษาการดำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กร กรณีศึกษาแผนกจัดซื้อของบริษัท ABC เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลบางส่วนของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ตำแหน่งงานและประสบการณ์ทำงาน

การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยอายุการทำงาน 1-27 ปี เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเลือกมาแบบเจาะจง คือ ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก และเจ้าหน้าที่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทางผู้วิจัยนำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำรงรักษาบุคลากรในประเด็นเชิงบวก ที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำรงรักษาบุคลากรในประเด็นหลักเชิงบวก

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ประเด็นหลักเชิงบวก	ร้อยละ
หัวหน้างาน	- การเน้นแก้ปัญหาด้วยตนเองอย่างมีสติและการสื่อสารตามลำดับขั้น - หัวหน้าเน้นการแก้ปัญหาวิกฤต จัดสรรทรัพยากร และปรับโครงสร้างงานเพื่อลดความขัดแย้ง	100
สภาพแวดล้อมการทำงาน	- การสร้างความปลอดภัยทางจิตใจและพื้นที่สงบเงียบ ทำให้มีสมาธิในการทำงาน	90
เพื่อนร่วมงาน	- ระบบพี่เลี้ยงและการสื่อสารโดยตรง ลดความขัดแย้ง และส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ - การจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและติดตามสถานะงาน	83
ลักษณะงาน	- การเผชิญความท้าทายช่วยพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา การประสานงาน และการเจรจาต่อรอง	83
ความก้าวหน้าในสายอาชีพ	- ความเชื่อมั่นในระบบงานและบทบาทหัวหน้าที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตสู่ความก้าวหน้าในอาชีพอย่างยั่งยืน	66
ค่าตอบแทน	- เงินเดือนเหมาะสมตามมาตรฐานแต่ต้องการเพิ่มความยืดหยุ่นโดยการทำงานที่บ้านเพื่อคุณภาพชีวิต	56

จากตารางที่ 1 สรุปประเด็นหลักเชิงบวก โดยเรียงลำดับร้อยละสูงสุดถึงต่ำสุด ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านหัวหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 100 สะท้อนให้เห็นว่า พนักงานมีความเชื่อมั่นในตัวผู้บังคับบัญชาอย่างมาก โดยหัวหน้างานมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเด็ดขาด มีการสื่อสารตามลำดับขั้นที่ชัดเจน และมีความเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อลดความขัดแย้งในโครงสร้างองค์กร 2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 90 มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อม โดยระบุว่า องค์กรสร้างบรรยากาศที่ปลอดภัยและเป็นมิตร เอื้อต่อการมีสมาธิในการทำงาน 3) ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมงาน สัดส่วนความคิดเห็นร้อยละ 83 สะท้อนถึงบรรยากาศความร่วมมือที่ดีภายในทีม โดยมีระบบพี่เลี้ยงและการสื่อสารที่ชัดเจนช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน 4) ปัจจัยด้านลักษณะงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 83 มีความเห็นเชิงบวกต่อลักษณะงาน โดยระบุว่า งานที่รับผิดชอบมีความท้าทายและเปิดโอกาสให้ได้ใช้ทักษะความสามารถอย่างเต็มที่ มีระบบการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ 5) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ พนักงานร้อยละ 66 มีความเชื่อมั่นว่าระบบงานและบทบาทหน้าที่ในปัจจุบันเป็นรากฐานที่ดีต่อการเติบโตในวิชาชีพ 6) ปัจจัยด้านค่าตอบแทน จากการสัมภาษณ์พบว่า มีความเห็นเชิงบวกเพียงร้อยละ 56 โดยมองว่าระดับเงินเดือนเป็นไปตามมาตรฐานตำแหน่งงาน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทางผู้วิจัยนำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำรงรักษาบุคลากรในประเด็นเชิงลบ ที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำรงรักษาบุคลากรในประเด็นหลักเชิงลบ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ประเด็นหลักเชิงลบ	ร้อยละ
ค่าตอบแทน	- รายได้ไม่คุ้มภาระงานและค่าครองชีพ จึงคาดหวังโบนัสที่เหมาะสม	44
ความก้าวหน้าในสายอาชีพ	- โอกาสเติบโตจำกัดจากระบบสืบทอดตำแหน่งและความเหลื่อมล้ำระหว่างสายงานที่บันทึกความก้าวหน้า	34
เพื่อนร่วมงาน	- ข้อมูลต้นทางที่ไม่สมบูรณ์ร่วมกับการขาดระบบสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ - การทำงานแบบแยกส่วนและการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันที่ขาดประสิทธิภาพ	17
ลักษณะงาน	- งานประจำที่ขาดการใช้ทักษะ ร่วมกับปัญหาความขัดแย้งด้านทัศนคติระหว่างบุคลากรต่างรุ่นในองค์กร	17

จากตารางที่ 2 สรุปประเด็นหลักเชิงลบ โดยเรียงลำดับร้อยละสูงสุดถึงต่ำสุด ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านค่าตอบแทน จากการสัมภาษณ์ พบว่า มีความคิดเห็นเชิงลบในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 44 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพนักงานส่วนใหญ่เห็นว่า รายได้ไม่สอดคล้องกับภาระงานที่ได้รับจริง และมีความคาดหวังในการปรับปรุงสวัสดิการให้มีความยืดหยุ่นและตอบโจทย์คุณภาพชีวิตได้มากกว่าปัจจุบัน 2) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ พนักงานร้อยละ 34 ยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับข้อจำกัดของโครงสร้างองค์กรที่ทำให้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งไม่ชัดเจน และพบประเด็นความเหลื่อมล้ำในบางสายงานที่อาจเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าอย่างเป็นธรรม 3) ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมงาน ความคิดเห็นร้อยละ 17 สะท้อนถึงการได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์และการขาดแคลนระบบการสื่อสารที่เป็นทางการในบางส่วนงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการทำงาน 4) ปัจจัยด้านลักษณะงาน ตามมุมมองเชิงลบร้อยละ 17 ในประเด็นงานประจำที่ขาดความหลากหลาย รวมถึงปัญหาความต่างของทัศนคติระหว่างช่วงวัยในองค์กร 5) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ร้อยละ 10 ให้ข้อมูลเชิงลบในประเด็นผลกระทบจากภาระงานของเพื่อนร่วมงานรอบข้างที่อาจดึงเครียดเกินไป จนส่งผลกระทบต่อบรรยากาศในที่ทำงานเป็นครั้งคราว 6) ปัจจัยด้านหัวหน้างาน ไม่พบประเด็นเชิงลบ

2. แนวทางการดำรงรักษาให้บุคลากรคงอยู่กับองค์กรและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยจึงได้สรุปผลสัมภาษณ์ แนวทางการดำรงรักษาให้บุคลากรคงอยู่กับองค์กรและข้อเสนอแนะต่อผู้บริหาร ดังนี้

1) ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่สอดคล้องกับเงินเฟ้อในปัจจุบัน พร้อมทั้งการวางแผนสิทธิประโยชน์หลังเกษียณที่ชัดเจน การบริหารจัดการเวลาและสมดุลชีวิต โดยเฉพาะการปรับปรุงวันหยุดงานและสวัสดิการด้านสุขภาพที่ครอบคลุม และอยากให้ระบบรับ-ส่ง ที่ครอบคลุมทุกโรงงาน พร้อมกับความเพียงพอของที่จอดรถ และสภาพแวดล้อมที่สะอาดปลอดภัย

2) นโยบายในการทำงาน 5 วันต่อสัปดาห์ พร้อมเสนอให้มีวันหยุดพักผ่อนเพิ่มขึ้น

3) ให้ทางผู้บริหารเข้ามามีส่วนช่วยแก้ไขปัญหาในเนื้องานจริงที่เกิณกำลังพนักงาน มากกว่าเพียงแค่การสั่งการเพียงอย่างเดียว อีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่ทางบุคลากรต้องการให้ผู้บริหาร "ลดช่องว่าง" ลงมาทำความเข้าใจและรับฟังปัญหาพนักงานจริง ๆ ของพนักงานระดับเจ้าหน้าที่มากขึ้น

4) มุ่งปรับกระบวนการให้คล่องตัว เพิ่มความยืดหยุ่นด้วยการทำงานที่บ้าน

ประเด็นที่บุคลากรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่อง ค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยพนักงาน

ต้องการให้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานะเงินเพื่อ แผนการเกษียณ และสวัสดิการด้านสุขภาพ ซึ่งมีผู้ให้ความเห็นสูงถึง 20 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมา คือ เรื่องสมดุลชีวิตในการทำงาน (Work-Life Balance) เช่น การปรับนโยบายทำงาน 5 วันต่อสัปดาห์และการเพิ่มวันหยุดพักผ่อน โดยมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และประเด็นสุดท้าย พนักงานให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้บริหาร ในการลงมาช่วยแก้ไขปัญหาหน้างานจริงและลดช่องว่างระหว่างระดับชั้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33

สรุปผล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการธำรงรักษาบุคลากร ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านค่าตอบแทน จากการสัมภาษณ์ พบว่ามีความคิดเห็นเชิงลบในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 44 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า พนักงานส่วนใหญ่เห็นว่ารายได้ไม่สอดคล้องกับภาระงานที่ได้รับจริง และมีความคาดหวังในการปรับปรุงสวัสดิการให้มีความยืดหยุ่นและตอบโจทย์คุณภาพชีวิตได้มากกว่าปัจจุบัน 2) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ พนักงานร้อยละ 34 ยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับข้อจำกัดของโครงสร้างองค์กรที่ทำให้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งไม่ชัดเจน และพบประเด็นความเหลื่อมล้ำในบางสายงานที่อาจเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าอย่างเป็นธรรม 3) ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมงาน ความคิดเห็นร้อยละ 17 สะท้อนถึงการได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์และการขาดแคลนระบบการสื่อสารที่เป็นทางการในบางส่วนงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการทำงาน 4) ปัจจัยด้านลักษณะงาน ตามมุมมองเชิงลบร้อยละ 17 ในประเด็นงานประจำที่ขาดความหลากหลาย รวมถึงปัญหาความต่างของทัศนคติระหว่างช่วงวัยในองค์กร 5) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ร้อยละ 10 ให้ข้อมูลเชิงลบในประเด็นผลกระทบจากภาระงานของเพื่อนร่วมงานรอบข้างที่อาจดึงเครียดเกินไป จนส่งผลกระทบต่อบรรยากาศในที่ทำงานเป็นครั้งคราว 6) ปัจจัยด้านหัวหน้างาน ไม่พบประเด็นเชิงลบ

ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางเพื่อการรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กร ดังต่อไปนี้ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยพนักงานต้องการให้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานะเงินเพื่อ แผนการเกษียณ และสวัสดิการด้านสุขภาพ ซึ่งมีผู้ให้ความเห็นสูงถึง 20 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมา คือ เรื่องสมดุลชีวิตในการทำงาน (Work-Life Balance) เช่น การปรับนโยบายทำงาน 5 วันต่อสัปดาห์และการเพิ่มวันหยุดพักผ่อน โดยมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และสุดท้าย พนักงานให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้บริหาร ในการลงมาช่วยแก้ไขปัญหาหน้างานจริงและลดช่องว่างระหว่างระดับชั้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผลการวิจัย เรื่อง การธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กร กรณีศึกษาแผนกจัดซื้อทั่วไปของบริษัท ABC สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ด้านหัวหน้างาน พบว่า เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยสูงสุด เนื่องจากเป็นที่ปรึกษาและผู้ตัดสินใจในสถานการณ์วิกฤต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อลูกน้องเผชิญกับข้อจำกัดที่ไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยตนเอง หัวหน้างานจะเข้ามามีบทบาทในการจัดลำดับความสำคัญของงาน และการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้กระบวนการทำงานขับเคลื่อนต่อไปได้โดยไม่หยุดชะงัก สอดคล้องกับ ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) ในส่วนของปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factors) ด้านการปกครองบังคับบัญชา (Supervision) ที่ระบุว่า ความสามารถของหัวหน้างานในการบริหารและทัศนคติที่มีต่อลูกน้องเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ป้องกันไม่ให้นักงาเกิดความไม่พึงพอใจจนนำไปสู่การลาออก อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เลิศชัย สุธรรมานนท์ (2563) ที่กล่าวว่า การ

บริหารพนักงานสัมพันธ์ (Employee Relations) และการสื่อสารที่ชัดเจนจากระดับบนสู่ระดับล่างเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความผูกพันต่อองค์กร และตรงกับงานวิจัยของ นรินทร์ นาเจริญ (2565) ที่พบว่าการสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงเป็นลำดับที่ 2 เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีในทีม และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการโฟกัส คือ การสร้างความปลอดภัยทางจิตใจที่ทุกคนสามารถเปิดใจคุยกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกันแบบพี่น้อง และจัดพื้นที่ที่เรียบง่ายเพื่อให้พนักงานมีสมาธิวิเคราะห์งานได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943) ในขั้นที่ 2 คือ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety and Security Needs) ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน ประเด็นนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากแนวคิดของ เกียรติ บุญโย (2562) ที่ระบุว่า การจัดการสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในที่ทำงานให้เหมาะสมเป็นรากฐานของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมพล พิพัฒน์นวงศ์ (2565) ที่สรุปว่า สภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรช่วยลดความเครียดและเป็นแรงจูงใจให้พนักงานเลือกที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป

ด้านเพื่อนร่วมงาน พบว่า มีความสำคัญในลำดับที่ 3 เนื่องจากทีมงานแสดงให้เห็นถึงการแบ่งปันความรู้ ผ่านระบบพี่เลี้ยงที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนสมาชิกใหม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลดีต่อการปรับตัวและการพัฒนาทักษะ สอดคล้องกับ แนวคิดเรื่องความต้องการทางสังคม (Social Needs) ของ Maslow และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relations) ของ Herzberg ที่เน้นว่าความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานจะสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ (Belongingness) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สะอาด บรรเจิดฤทธิ์ (2565) ที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในทีมเพื่อลดความขัดแย้ง และตรงกับงานวิจัยของ กันติทัต โกมลเสนาะ (2562) ที่พบว่า บรรยากาศความร่วมมือในทีมช่วยส่งเสริมการคงอยู่ในงานของพนักงาน โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับความสัมพันธ์ในที่ทำงาน

ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ เนื่องจากรายได้ที่ไม่สอดคล้องกับ ภาระงานที่หนักขึ้น และค่าครองชีพที่สูงขึ้น โดยพนักงานคาดหวังความยืดหยุ่นในการทำงาน เช่น การลดวันเข้าออฟฟิศเพื่อลดความเหนื่อยล้า รวมถึงต้องการให้บริษัททบทวนความเหมาะสมของโบนัสและโครงสร้างเงินเดือนระหว่างพนักงานเก่าและใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) ในส่วนของปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factors) ซึ่งระบุว่า เงินเดือน เป็นปัจจัยพื้นฐานที่หากพนักงานรู้สึกว่าไม่เป็นธรรมหรือไม่เพียงพอ จะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) และการลาออกในที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เลิศชัย สุธรรมานนท์ (2563) ที่เน้นย้ำว่า ระบบการให้รางวัล (Rewarding) ต้องมีความเป็นธรรมและแข่งขันได้ และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมพล พิพัฒน์นวงศ์ (2565) ที่สรุปว่าแรงจูงใจด้านค่าตอบแทนเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดในการตัดสินใจคงอยู่หรือลาออกของพนักงาน

ด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ เนื่องจากบุคลากรได้สะท้อนถึงอุปสรรคจากโครงสร้างองค์กรที่ตำแหน่งระดับสูงค่อนข้างเต็มและมีการกำหนดตัวบุคคลสืบทอดตำแหน่งไว้ล่วงหน้า ทำให้มองไม่เห็นโอกาสเติบโตที่ชัดเจน อีกทั้งยังมีความเหลื่อมล้ำในการให้ความสำคัญระหว่างสายงานหลักและสายสนับสนุน รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลด้านวุฒิการศึกษาและอายุงานที่ใกล้เคียงกัน ส่งผลให้พนักงานบางส่วนรู้สึกว่าตนเองมาถึงจุดสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด เรื่อง ความต้องการประจักษ์ตนเอง (Self-actualization) ในขั้นสูงสุดของ Maslow (1943) ที่มนุษย์ต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองให้เต็มที่ การขาดเส้นทางอาชีพที่ชัดเจนทำให้พนักงานขาดแรงจูงใจในการทำงานระยะยาว ประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันติทัต โกมลเสนาะ (2562) ที่ระบุว่าโอกาสในความก้าวหน้าเป็นปัจจัยจูงใจ (Motivator) ที่สำคัญต่อพนักงานรุ่นใหม่ และ

สอดคล้องกับแนวคิดของ นรินทร์ นาเจริญ (2565) ที่ว่าการขาดความยุติธรรมในการเลื่อนตำแหน่งจะบั่นทอนความผูกพันต่อองค์กรอย่างรุนแรง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้

1. องค์กรควรมีการเปรียบเทียบค่าจ้างกับตลาดแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อปรับปรุงโครงสร้างเงินเดือนและสวัสดิการให้มีความสามารถในการแข่งขัน
2. องค์กรควรจัดทำแผนพัฒนารายบุคคลเพื่อให้พนักงานทราบว่า หากต้องการเลื่อนตำแหน่งในอีก 2-3 ปีข้างหน้า พวกเขาต้องพัฒนาทักษะด้านใดและต้องทำผลงานอย่างไร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการและปัจจัยในการคงอยู่ของบุคลากรที่จำแนกตามรุ่นอายุ เพื่อพัฒนาแผนการรักษาบุคลากรที่ตอบโจทย์ความหลากหลายในองค์กร
2. ควรมีการขยายขอบเขตการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อตรวจสอบนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยด้านสวัสดิการและสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความตั้งใจในการคงอยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้น
3. ควรมีการศึกษาวินัยเชิงติดตามผล หลังการปรับปรุงนโยบายการทำงานยืดหยุ่น เพื่อประเมินดัชนีความพึงพอใจและประสิทธิภาพของงาน ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กันติทัต โกลมเสนาะ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงานของพนักงานมหาวิทยาลัยเจนเนอเรชั่นวายในสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในภาคใต้ของประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- กัมพล พิพัฒน์นวงศ์. (2565). แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจนเนอเรชั่น Z กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด [งานนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เกียรติ บุญโย. (2562). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(1), 168.
- ไตรสิทธิ์ ยุทธวิสุทธิ, วิทยา ทับอุไร, และ อธิวัฒน์ ทูลศิริ. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์กรที่ส่งผลต่อความคงอยู่ในองค์กรกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน บริษัทเอ็นเนอร์จี แม็คซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด. *วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม*, 3(1), 3.
- ธิดารัตน์ คงชะปัญญา, ยุทธชัย ฮารีปิน, เอกพล วงศ์เสรี, วรรณวลัย บุตรเลี่ยม, สุวนันท์ ยาหา, ภัทรภาพ เกตุแก้ว, และ ปิยธิดา รัฐทวิจิตร. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร กรณีศึกษา โรงแรม 5 ดาว ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต. ใน *การประชุมทางวิชาการระดับปริญญาตรีด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 6* (น. 710). มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- นรินทร์ นาเจริญ. (2565). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของคนเจนเนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในภาครัฐจังหวัดลพบุรี. *วารสารไตรศาสตร์*, 8(2), 5.
- นารัตน์ ชมแค. (2568). *ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป* [การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล].
- พระครูปราโมชสีทธานุยุต. (2567). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสถานศึกษาตามหลักอิทธิบาท 4 ในยุคดิจิทัล. *วารสารระบบนิเวศการเรียนรู้และปัญญา*, 2(2), 76.



- พัชรินทร์ อักษรผอม และ สุนทรี วรรณไพเราะ. (2567). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21. *วารสารบวรสหการศึกษามนุษยสังคมศาสตร์*, 5(1), 404.
- เลิศชัย สุธรรมานนท์. (2563). กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อองค์กรที่เติบโตอย่างยั่งยืน (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สะอาด บรรเจิดฤทธิ์. (2565). ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กรธุรกิจในประเทศไทย. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 12(2), 294.
- สิรินทร์ ชุ่มอินทรจักร. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงานบริษัทสี่สิ่งแห่งหนึ่งในประเทศ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. Wiley.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2008). *Human resource management* (12th ed.). Thomson South-Western.
- Taunton, R. L., Krampitz, S. D., & Wood, J. H. (1989). Manager impact on retention of hospital staff: Part 1. *Journal of Nursing Administration*, 19(3), 7–12.

การดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง Pharmacist Attraction in a Large Chain Pharmacy Business

สุวัตร แสงคำ^{1*} และธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร²
Suwat Sangkum^{1*} and Thanasit Phoemphian²

^{1,2} คณะการจัดการธุรกิจบริการ โรงแรม และการบิน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
^{1,2} Faculty of Hospitality and Aviation Management, Panyapiwat Institute of Management
*Corresponding Author, E-mail: 6775100213@stu.pim.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งเภสัชกรในธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured in-depth interview) กับผู้ให้ข้อมูลภายในองค์กร ประกอบด้วยผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์จำนวน 1 คน และเภสัชกรจำนวน 10 คน ซึ่งแบ่งเป็นเภสัชกรที่สมัครงานใหม่จำนวน 5 คน และเภสัชกรที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรและมีอายุงานระหว่าง 1–5 ปี จำนวน 5 คน ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับองค์กร ผลการศึกษาสามารถจำแนกปัจจัยดึงดูดออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (2) ด้านลักษณะของงานและบทบาทหน้าที่ (3) ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน (4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในสายงานปฏิบัติการ (5) ด้านนโยบายและกลยุทธ์การบริหาร (6) ด้านภาพลักษณ์และขนาดขององค์กร (7) ด้านโอกาสในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ และ (8) ด้านความมั่นคงและเสถียรภาพในตำแหน่งงาน

คำสำคัญ: ปัจจัยดึงดูด การตัดสินใจเข้าทำงาน เภสัชกร ธุรกิจร้านขายยา

Abstract

This study aimed to investigate the factors influencing pharmacists' decisions to work in a large chain pharmacy business. A qualitative research approach was employed using semi-structured in-depth interviews with internal informants consisting of one human resource executive and ten pharmacists, including five newly recruited pharmacists and five pharmacists with one to five years of work experience in the organization. The data were analyzed using content analysis to synthesize the factors affecting employment decisions. The findings identified eight attraction factors: (1) compensation and benefits, (2) job characteristics and roles, (3) working environment, (4) interpersonal relationships in operational functions, (5) management policies and strategies, (6) organizational image and size, (7) career development opportunities, and (8) job security and stability.

Keywords: attraction factors, employment decision, pharmacists, chain pharmacy business

บทนำ

ธุรกิจสุขภาพของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงด้านสภาพแวดล้อม และความตระหนักด้านการดูแลสุขภาพของประชาชน ส่งผลให้ความต้องการบริการทางการแพทย์และสินค้าสุขภาพขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะธุรกิจร้านขายยาซึ่งเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงยา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์สุขภาพต่าง ๆ การขยายตัวของร้านขายยาหลายสาขาในเขตเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญสะท้อนถึงศักยภาพทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567)

การขยายตัวของธุรกิจร้านขายยาเซนเซซิณู่อัจกััดสำคัญจากภาวะขาดแคลนเภสัชกรในภาคบริการ แม้ประเทศไทยจะมีเภสัชกรที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบวิชาชีพจำนวนมาก แต่มีผู้ปฏิบัติงานในระบบบริการสุขภาพเพียงประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนทั้งหมด และมีแนวโน้มขาดแคลนเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยคาดว่าภายในปี พ.ศ. 2577 จะขาดแคลนเภสัชกรไม่น้อยกว่า 10,000 คน (สภาเภสัชกรรม, 2567) สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อการขยายสาขาและประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจร้านขายยาเซน ขณะเดียวกันภาระงานที่เพิ่มขึ้นยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของเภสัชกรและความเสี่ยงต่อภาวะหมดไฟ (พชรอร วรรณภีระ และปวีณา สนธิสมบัติ, 2566) และนำไปสู่การสูญเสียบุคลากรออกจากระบบบริการสุขภาพในระยะยาว (Terry et al., 2021)

จากสถานการณ์ดังกล่าว การดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่งจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากภาวะขาดแคลนเภสัชกรส่งผลกระทบต่อขยายสาขา ประสิทธิภาพการให้บริการ และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการแข่งขันด้านทรัพยากรมนุษย์ที่รุนแรงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนบุคลากร มาตรฐานการบริการ และความสามารถในการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สามารถดึงดูดและรักษาเภสัชกรได้อย่างตรงจุด เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจร้านขายยาในบริบทการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาเซนขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการดึงดูดบุคลากรและการสร้างคุณค่าให้พนักงาน (Employee Value Proposition)

แนวคิดการสร้างคุณค่าให้แก่พนักงานภายในองค์กรเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดึงดูดและรักษาบุคลากรให้เกิดความผูกพันกับองค์กรอย่างยั่งยืน โดย Pawar et al. (2023) อธิบายว่า Employee Value Proposition (EVP) เป็นกรอบเชิงกลยุทธ์ที่องค์กรใช้กำหนดคุณค่าและประสบการณ์การทำงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายวัฒนธรรม และรูปแบบการบริหาร เพื่อสร้างความน่าสนใจในฐานะนายจ้าง ขณะที่ Ferreira (2024) ชี้ว่า EVP ครอบคลุมทั้งผลประโยชน์ทางการเงิน เช่น ค่าตอบแทนและสวัสดิการ รวมถึงองค์ประกอบด้านประสบการณ์การทำงาน อาทิ สภาพแวดล้อมการทำงาน ความพึงพอใจในงาน และความสัมพันธ์ภายในองค์กร นอกจากนี้

Yacine (2021) เสริมว่า EVP ยังสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรผ่านวัฒนธรรม ระบบการทำงาน และการมีส่วนร่วมของบุคลากร ซึ่งมีบทบาทต่อการดึงดูดทั้งพนักงานปัจจุบันและผู้สมัครงานใหม่

สรุปได้ว่า การสร้างคุณค่าให้แก่พนักงานภายในองค์กรเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างความต้องการของบุคลากรกับเป้าหมายขององค์กร โดยการออกแบบชุดคุณค่าที่สอดคล้องกับความคาดหวังของพนักงานช่วยเพิ่มความสามารถในการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ เสริมแรงจูงใจ และยกระดับความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิดการตัดสินใจเลือกงาน (Decision Making Process)

แนวคิดการตัดสินใจเลือกงานเป็นกระบวนการที่บุคคลใช้ในการพิจารณาทางเลือกด้านอาชีพและองค์กร โดยอาศัยข้อมูล เหตุผล และเป้าหมายส่วนบุคคลเป็นพื้นฐาน โรจนลักษณ์ ชื่นชลธิ (2560) อธิบายว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกแนวทางปฏิบัติจากหลายทางเลือกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด ซึ่งต้องผ่านการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและการประเมินข้อมูลอย่างรอบคอบ สอดคล้องกับแนวคิดของ Gore and Dyson (1964) และ Barnard (1968) ที่มองว่าการตัดสินใจคือการคัดกรองทางเลือกจนเหลือแนวทางที่เหมาะสมที่สุดต่อการนำไปปฏิบัติ

ในบริบทของการเลือกงาน กระบวนการตัดสินใจมีได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านผลตอบแทนเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับการประเมินความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับลักษณะงาน โอกาสในการเติบโต สภาพแวดล้อมการทำงาน และเป้าหมายชีวิต อรุณศรี อัครปัญญาธร (2564) ชี้ว่าการตัดสินใจเลือกองค์กรเป็นการพิจารณาทางเลือกโดยอาศัยข้อมูลสารสนเทศเพื่อประเมินความเหมาะสมของแต่ละตัวเลือกอย่างรอบด้าน ขณะที่ Drucker (1970) และ Shull et al. (1970) เสริมว่าการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับทั้งเหตุผลเชิงวิเคราะห์และบริบททางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าและทางเลือกของบุคคล

สรุปได้ว่า การตัดสินใจเลือกงานเป็นกระบวนการประเมินทางเลือกที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยด้านงาน องค์กร และเป้าหมายส่วนบุคคล โดยบุคคลจะเลือกองค์กรที่ตอบสนองต่อความคาดหวังและคุณค่าที่ตนให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสะท้อนว่าปัจจัยด้านผลตอบแทน สภาพแวดล้อมการทำงาน โอกาสความก้าวหน้า และความมั่นคง ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน

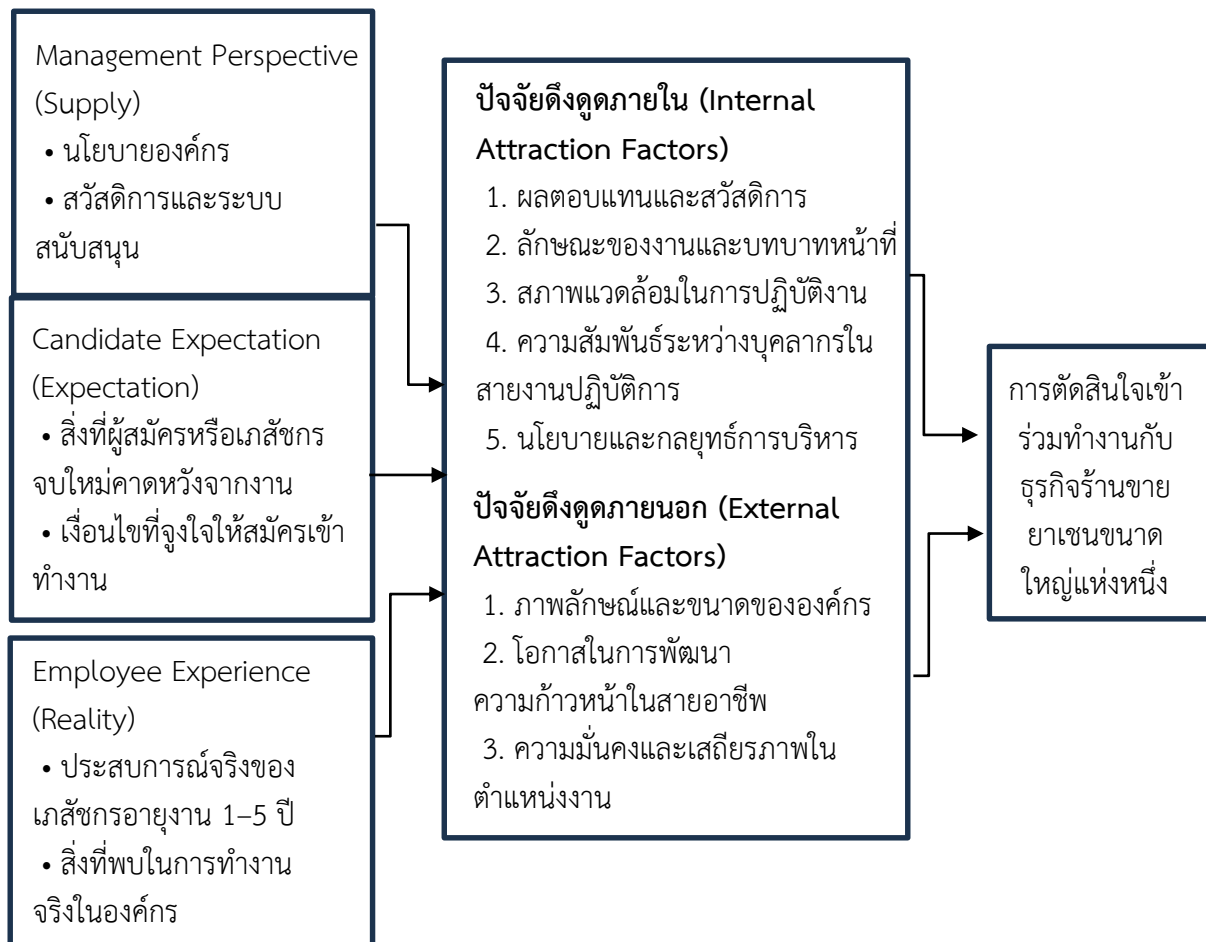
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตต์ชนก ปุสาลี (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำงานของเภสัชกรผู้แทนยา โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากเภสัชกรผู้แทนยาจำนวน 402 คน ผ่านแบบสอบถามและการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐานและการถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำงานมากที่สุด ได้แก่ ค่าตอบแทน บทบาทหน้าที่ โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ และคุณภาพชีวิตในการทำงาน ขณะที่ความมั่นคงในงานไม่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจ สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านผลตอบแทนและการพัฒนาอาชีพมีบทบาทสำคัญต่อการเลือกเส้นทางอาชีพของเภสัชกร

Hovenden et al. (2025) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางอาชีพของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ ระหว่างงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโดยตรงและงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วย พบว่าการตัดสินใจของนักศึกษาขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านลักษณะงาน ภาระงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน โอกาสความก้าวหน้า และความพึงพอใจในวิชาชีพ โดยนักศึกษามักเลือกเส้นทางที่สอดคล้องกับเป้าหมายชีวิตและคุณค่าที่ตนให้ความสำคัญ ผลการศึกษาสะท้อนว่าปัจจัยด้านลักษณะงาน โอกาสความก้าวหน้า และความสมดุลชีวิตการทำงานเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางอาชีพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการดึงดูดเกษียณกรของธุรกิจร้านขายยาเซนขนาดใหญ่ ผู้วิจัยได้นำผลการสังเคราะห์มาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการดึงดูดกับการตัดสินใจเข้าทำงานของเกษียณกร ทั้งนี้ กรอบแนวคิดดังกล่าวใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรและการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งเกษียณกรของธุรกิจร้านขายยาเซนขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง โดยดำเนินการทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดและพัฒนาแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured In-Depth Interview)

กลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากบทบาทหน้าที่ ประสบการณ์การทำงาน และความเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการสรรหาและการตัดสินใจเลือกเข้า

ทำงานในธุรกิจร้านขายยา เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนทั้งมุมมองเชิงนโยบาย ประสบการณ์การปฏิบัติงานจริง และมุมมองของผู้ที่อยู่ในกระบวนการเลือกองค์กร รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 11 คน ดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 1 คน
2. เกษีกรส่วนงานปฏิบัติการประจำร้านที่มีอายุงานในองค์กรระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 5 คน
3. ผู้สมัครงานตำแหน่งเกษีกรประจำร้าน จำนวน 5 คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง ซึ่งพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมด้านปัจจัยดึงดูดบุคลากรและการตัดสินใจเลือกงาน ครอบคลุมปัจจัยดึงดูดภายในและภายนอกองค์กร และผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview) ใช้เวลาประมาณ 45-60 นาทีต่อราย โดยได้รับความยินยอมในการบันทึกเสียงเพื่อนำข้อมูลไปถอดความและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ทั้งนี้ ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นและถ่ายทอดประสบการณ์อย่างอิสระเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ถูกนำมาถอดความและวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดรหัสข้อมูล (Coding) การจัดหมวดหมู่ประเด็น และการสังเคราะห์สาระสำคัญให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย พร้อมตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการยืนยันข้อมูลกับผู้ให้สัมภาษณ์ (Member Checking)

ผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้สามารถสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเกษีกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่งได้จำนวนทั้งหมด 24 ปัจจัย โดยจัดกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ ปัจจัยดึงดูดภายในองค์กร และปัจจัยดึงดูดภายนอกองค์กร ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 8 ด้าน ดังนี้

ปัจจัยดึงดูดภายใน (Internal Attraction Factors)

1. ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ
 - 1.1 ปัจจัยค่าตอบแทนพื้นฐาน หมายถึง เงินเดือนหรือรายได้หลักที่เกษีกรได้รับอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสะท้อนคุณค่าของวิชาชีพและความเหมาะสมกับภาระงาน รวมถึงเป็นฐานสำคัญในการตัดสินใจสมัครงานและยอมรับตำแหน่งงาน

“รายได้เป็นปัจจัยสำคัญ แต่ไม่ใช่ทั้งหมดนะครับ หลายคนให้ความสำคัญกับสวัสดิการ ความมั่นคง ชื่อเสียงองค์กร และภาพลักษณ์ของแบรนด์”

(ผู้ให้ข้อมูลผู้บริหารระดับสูง 1 ธันวาคม 2568)

“ตอนแรกเลยที่ดูคือ เงินเดือนกับค่าตอบแทนค่ะ เพราะตอนทำร้านยาเดี่ยว เงินไม่เยอะ”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเกษีกรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

1.2 ปัจจัยความเป็นธรรมของค่าตอบแทน หมายถึง การรับรู้ของเภสัชกรว่าค่าตอบแทนที่ได้รับมีความเหมาะสมและยุติธรรมเมื่อเทียบกับภาระงาน ความรับผิดชอบ และชั่วโมงการทำงาน โดยไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำหรือเอาเปรียบภายในองค์กร

“เมื่อเปรียบเทียบกับที่ทำงานเดิม พบว่าชั่วโมงการทำงานลดลง แต่ค่าตอบแทนที่ได้รับเพิ่มขึ้น จึงทำให้รู้สึกว่ามีค่ามากกว่า”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

“เราคิดว่าเงินเดือนไม่ได้สำคัญที่สุด แต่ต้องดูว่างานที่ทำคุ้มกับแรงและความรับผิดชอบหรือไม่ ถ้างานหนักเกินไปก็รู้สึกว่ามันไม่คุ้มค่ะ”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

1.3 ปัจจัยสวัสดิการพนักงาน หมายถึง สิทธิประโยชน์และความคุ้มครองที่องค์กรจัดให้แก่เภสัชกรนอกเหนือจากเงินเดือน เพื่อเสริมความมั่นคง คุณภาพชีวิต และความอุ่นใจในการทำงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว

“ที่นี่ให้สวัสดิการดีกว่าที่คิดไว้ โดยเฉพาะค่ารักษาพยาบาลที่ครอบคลุม ทำให้รู้สึกอุ่นใจขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 5 ธันวาคม 2568)

“ในโรงพยาบาลเอกชนบางแห่งไม่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ แต่ที่นี่มี ซึ่งถือว่าเป็นผลประโยชน์ระยะยาวที่ดีและทำให้รู้สึกมั่นคงมากขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 3 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 8 ธันวาคม 2568)

1.4 ปัจจัยสิทธิประโยชน์พนักงาน หมายถึง สิทธิพิเศษเพิ่มเติมนอกเหนือจากเงินเดือนและสวัสดิการหลัก เช่น ส่วนลดสินค้าหรือบริการขององค์กร ที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มความคุ้มค่าในการทำงาน

“อยากให้สิทธิซื้อยาราคาพนักงานทุกสาขาค่ะ”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

“อยากได้ส่วนลดพนักงานมากขึ้น เวลาซื้อของ ถ้าขยายให้ใช้ได้ทุกจังหวัดจะดีค่ะ”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 2 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 29 พฤศจิกายน 2568)

1.5 ปัจจัยค่าล่วงเวลาและรางวัล หมายถึง ค่าตอบแทนเพิ่มเติมจากเงินเดือน เช่น ค่าล่วงเวลา โบนัสหรือรางวัลผลงาน ที่ชดเชยภาระงานเกินปกติและสร้างแรงจูงใจในการทุ่มเททำงาน

“ค่าตอบแทน โดยเฉพาะอัตราค่าล่วงเวลาและโบนัสที่สูงขึ้น ช่วยเพิ่มความน่าสนใจของงาน”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

“อัตราค่าล่วงเวลาปัจจุบันยังต่ำกว่าตลาด ถ้าปรับเพิ่มขึ้นอีกเล็กน้อย จะช่วยให้เภสัชกรยอมทำงานล่วงเวลามากขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 4 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

2. ปัจจัยด้านลักษณะของงานและบทบาทหน้าที่

2.1 ปัจจัยความสอดคล้องกับวิชาชีพ หมายถึง การที่ลักษณะงานและบทบาทหน้าที่เปิดโอกาสให้เภสัชกรใช้ความรู้ทางวิชาชีพในการดูแลผู้ป่วยและให้คำปรึกษาด้านยาอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของวิชาชีพเภสัชกรรม

“งานของเราคือดูแลคนในชุมชน ให้คำปรึกษาผู้ป่วย และทำหน้าที่เภสัชกรประจำร้าน”

(ผู้ให้ข้อมูลผู้บริหารระดับสูง 1 ธันวาคม 2568)

“องค์กรมีการกำหนดขอบเขตหน้าที่ชัดเจน เคารพบทบาทเภสัชกร ทำให้สามารถใช้ความรู้ทางวิชาชีพได้อย่างเต็มที่”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

2.2 ปัจจัยภาระงาน หมายถึง ปริมาณและความหนักเบาของงานที่เภสัชกรต้องรับผิดชอบในแต่ละวัน ซึ่งต้องอยู่ในระดับเหมาะสม ไม่มากเกินไปจนเกิดความเหนื่อยล้า และเอื้อต่อการปฏิบัติงานวิชาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ

“ตอนทำร้านยาเดี่ยว ต้องยืนทำงานคนเดียว ทำให้เหนื่อยมาก”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

“โอเคเลยค่ะ ไม่มากไม่น้อยเกินไป คล้ายกับงานในร้านยาทั่วไป”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 2 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 29 พฤศจิกายน 2568)

2.3 ปัจจัยความชัดเจนของบทบาทงาน หมายถึง ความชัดเจนของขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของเภสัชกร รวมถึงการสื่อสารลักษณะงานและภาระงานอย่างตรงไปตรงมา เพื่อให้เข้าใจบทบาทที่ต้องปฏิบัติอย่างชัดเจน

“เภสัชกรควรได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน เช่น ภาระงานที่ต้องรับผิดชอบ และความจำเป็นในการช่วยยoder้านให้เติบโตได้”

(ผู้ให้ข้อมูลผู้บริหารระดับสูง 1 ธันวาคม 2568)

“พิจารณาขอบเขตหน้าที่ของงานว่าต้องรับผิดชอบด้านใดบ้างและตรวจสอบว่าหน้าที่ที่ปฏิบัติสอดคล้องกับรายละเอียดตำแหน่งงานที่กำหนดไว้หรือไม่”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

2.4 ปัจจัยความยืดหยุ่นของเวลางาน หมายถึง การที่เภสัชกรสามารถจัดตารางเวลาทำงานและวันหยุดได้อย่างเหมาะสมกับชีวิตส่วนตัว โดยไม่มีการบังคับทำงานนอกเวลาหรือกะกลางคืน

“เวลางานยืดหยุ่นค่ะ ถ้าวันไหนมีธุระก็สามารถปรับเวลาเข้างานหรือเลิกงานให้เหมาะสมได้”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

“ร้านยามีเวลาเข้างานและเลิกงานชัดเจน ไม่มีการทำงานกะกลางคืน ซึ่งเหมาะกับไลฟ์สไตล์มากกว่าโรงพยาบาล”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 4 ธันวาคม 2568)

2.5 ปัจจัยโอกาสเรียนรู้ในงาน หมายถึง โอกาสที่เภสัชกรได้พัฒนาความรู้และทักษะจากการทำงานจริง การดูแลผู้ป่วยหลากหลายกรณี และการฝึกอบรมที่องค์กรสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

“เวลาเราสัมภาษณ์พนักงานใหม่ เราจะสื่อชัดเจนว่ามีการฝึกอบรมและการอัปเดตข้อมูลสินค้า เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมั่นใจ”
(ผู้ให้ข้อมูลผู้บริหารระดับสูง 1 ธันวาคม 2568)

“ที่สาขานี้ร้านใหญ่กว่า ลูกค้าเยอะกว่า ทำให้เราได้เรียนรู้จากเคสจริงและพัฒนาประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้น”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 3 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 8 ธันวาคม 2568)

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน

3.1 ปัจจัยความเพียงพอของกำลังคน หมายถึง การมีบุคลากรและผู้ช่วยเภสัชกรในจำนวนเหมาะสมต่อภาระงาน เพื่อแบ่งเบาภาระงานสนับสนุนและเอื้อให้เภสัชกรปฏิบัติงานวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“ในร้านมีผู้ช่วยสนับสนุนงาน ทำให้ภาระลดลงและไม่ต้องรับผิดชอบทั้งหมดคนเดียว”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

“ทีมงานที่ซัพพอร์ตเรา โดยเฉพาะผู้ช่วยเภสัช เขาช่วยงานจริง ทั้งหน้าร้านและงานบริการ ทำให้ไม่ต้องทำงานหนักเกินไป”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 4 ธันวาคม 2568)

3.2 ปัจจัยระบบสนับสนุนการทำงาน หมายถึง การมีระบบและขั้นตอนการทำงานที่เป็นมาตรฐานชัดเจน และช่วยให้เภสัชกรปฏิบัติงานได้สะดวก ลดความสับสนและภาระที่ไม่เกี่ยวกับงานวิชาชีพ

“ร้านยาเซนจะมีระบบและแบบแผนที่ชัดเจน ทำให้ทำงานง่ายกว่า ไม่ต้องออกแบบระบบเอง”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 4 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 4 ธันวาคม 2568)

“ถ้าระบบงานชัดเจน เวลาทำงานจะไม่สับสน รู้ว่าต้องทำอะไรก่อนหลัง ก็ช่วยลดความกดดันได้”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

3.3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมร้าน หมายถึง ความเหมาะสมของพื้นที่ทำงานและบรรยากาศภายในร้านยา เช่น ความเป็นระเบียบ ความสะอาด การจัดพื้นที่ที่เอื้อต่อการบริการ และความสะดวกในการใช้งาน

“ร้านขายดี พื้นที่วางของและพื้นที่สต็อกไม่พอ ถ้าพื้นที่มากขึ้นจะบริการลูกค้าได้ดีขึ้น”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 4 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

“มีที่จอดรถสะดวก เพราะถ้าต้องเสียเวลานานเกินไปในการหาที่จอดรถ มันกระทบชีวิตประจำวันและการทำงานค่ะ”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

3.4 ปัจจัยความสะดวกในการเดินทาง หมายถึง ความใกล้ที่พัก ระยะเวลา และความคล่องตัวในการเดินทางไปทำงาน ซึ่งช่วยลดภาระในชีวิตประจำวันและเอื้อต่อการทำงานต่อเนื่องระยะยาว

“สิ่งแรกที่ดูเลยคือความใกล้บ้านค่ะ เพราะถ้าใกล้บ้านก็สะดวกต่อการเดินทาง ทำให้ไม่เหนื่อยมากเวลาทำงาน”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 2 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 29 พฤศจิกายน 2568)

“การเลือกที่ทำงานให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง ถ้าที่ทำงานไกล แม้ช่วงแรกจะยอมได้ แต่ระยะยาวจะกลายเป็นภาระ”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 4 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 4 ธันวาคม 2568)

4. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในสายงานปฏิบัติการ

4.1 ปัจจัยความสัมพันธ์ในที่ทำงาน หมายถึง ความร่วมมือ การสื่อสาร และการทำงานร่วมกันของเภสัชกรกับเพื่อนร่วมงานและผู้ช่วยเภสัชกรที่เอื้อต่อบรรยากาศการทำงานที่ราบรื่นและไม่ตึงเครียด

“บางครั้งก็มีปัญหาเรื่องคน เช่น ถ้าเจอผู้ช่วยหรือเพื่อนร่วมงานที่นิสัยไม่โอเค อันนี้กระทบเยอะเลยทำให้อยากย้ายสาขาได้เหมือนกัน ปัจจัยเรื่องความสัมพันธ์ในที่นี้สำคัญมากนะ”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 3 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 1 ธันวาคม 2568)

“สำคัญที่สุดคือเพื่อนร่วมงาน ถ้าคุยกันรู้เรื่อง ทำงานเข้ากันได้ ก็อยู่ได้นาน แต่ถ้าเข้ากันไม่ได้ ถึงสวัสดิการดีแค่ไหนก็อยู่ยาก”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 4 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 4 ธันวาคม 2568)

4.2 ปัจจัยการสนับสนุนจากหัวหน้างาน หมายถึง การที่หัวหน้างานให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหา และดูแลการทำงานพนักงานอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เกษตรกรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่นและไม่รู้สึกแบกรับภาระเพียงลำพัง

“เมื่อเกิดปัญหา หัวหน้างานจะเข้ามาช่วยดูแลและสนับสนุน ทำให้ไม่ต้องรับภาระเพียงลำพัง”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเกษตรกรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

“หัวหน้าพื้นที่บางคนดูแลหลายสาขา ทำให้ตอบคำถามช้า ถ้ามีโครงสร้างสนับสนุนที่ช่วยแบ่งเบาภาระได้ จะทำให้การทำงานดีขึ้นเยอะ”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 3 กลุ่มเกษตรกรประจำร้าน 1 ธันวาคม 2568)

4.3 ปัจจัยบรรยากาศการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกผ่อนคลายหรือกดดันในการทำงานประจำวันที่เกิดจากการทำงานร่วมกันและประสบการณ์ในหน้าที่ซึ่งส่งผลต่อความสบายใจและความพร้อมในการทำงานระยะยาว

“สภาพแวดล้อมในการทำงานสำคัญมากครับ ถ้าที่ไหนบรรยากาศเป็นพิษก็อยู่ลำบาก แต่ที่นี้ทำงานได้สบาย หัวหน้าก็ช่วยสอน ไม่ใช่สั่งอย่างเดียว”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 4 กลุ่มผู้สมัครงานเกษตรกร 4 ธันวาคม 2568)

“ภาพรวมบรรยากาศการทำงานดีกว่าที่คิดไว้ก่อนเริ่มงาน ทำให้รู้สึกทำงานได้สบายใจขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเกษตรกรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

5. ปัจจัยด้านนโยบายและกลยุทธ์การบริหาร

5.1 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของพนักงานต่อการบริหาร หมายถึง โอกาสที่เกษตรกรสามารถสะท้อนความคิดเห็นหรือปัญหาการทำงานผ่านช่องทางที่องค์กรเปิดไว้ และได้รับการนำไปพิจารณาปรับปรุงการบริหารงาน

“อยากให้หัวหน้าลงพื้นที่ มาซัพพอร์ตหรือรับฟังปัญหาในร้าน ไม่ใช่มาเฉพาะช่วงติดตามงาน”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มผู้สมัครงานเกษตรกร 4 ธันวาคม 2568)

“ถ้ามีช่องทางสะท้อนปัญหาพนักงานและนำไปปรับใช้ จะทำให้เสียงพนักงานมีความหมาย”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 3 กลุ่มผู้สมัครงานเกษตรกร 8 ธันวาคม 2568)

5.2 ปัจจัยความชัดเจนของนโยบายและแนวทางการบริหาร หมายถึง การที่องค์กรกำหนดและสื่อสารแนวทางการทำงานอย่างชัดเจน ถูกต้องตามกฎหมาย และยึดจริยธรรมวิชาชีพ เพื่อให้เกษตรกรปฏิบัติงานได้อย่างมั่นใจภายใต้มาตรฐานเดียวกัน

“สิ่งหนึ่งที่รู้สึกสบายใจคือ นโยบายเขาค่อนข้างชัดเจน ว่าร้านยาต้องทำตามกฎหมายทุกขั้นตอน เราก็ทำงานได้มั่นใจขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 2 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 29 พฤศจิกายน 2568)

“บางที่เน้นยอดขายอย่างเดียว แต่ที่นี้เน้นความถูกต้องก่อน ทำให้รู้สึกว่าการมีจุดยืนชัดเจน”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 3 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 8 ธันวาคม 2568)

ปัจจัยดึงดูดภายนอก (External Attraction Factors)

1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และขนาดขององค์กร

1.1 ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง การรับรู้ของเภสัชกรต่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นคง และชื่อเสียงขององค์กรในฐานะสถานที่ทำงานที่มีมาตรฐานและไม่เสี่ยงต่อวิชาชีพ

“มองว่าบริษัทใหญ่ น่าเชื่อถือ ทำธุรกิจโปร่งใส ไม่มีอะไรที่เสี่ยงเหมือนบางองค์กร”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 2 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 29 พฤศจิกายน 2568)

“ปัจจัยแรกที่มีผลต่อการเลือกงานของดิฉันคือความน่าเชื่อถือขององค์กร หากเป็นองค์กรขนาดใหญ่ จะรู้สึกมั่นใจมากกว่า”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 2 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 8 ธันวาคม 2568)

1.2 ปัจจัยขนาดเครือข่ายสาขา หมายถึง การรับรู้ของเภสัชกรต่อจำนวนและความครอบคลุมของสาขาที่เอื้อต่อการเลือกทำเลทำงานที่เหมาะสมและการโยกย้ายภายในองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง

“สาขาเยอะ เลือกทำเลได้หลากหลาย บางคนเลือกทำงานใกล้บ้าน บางคนเลือกสาขาที่เหมาะสม”

(ผู้ให้ข้อมูลผู้บริหารระดับสูง 1 ธันวาคม 2568)

“การที่องค์กรมีหลายสาขาทำให้เลือกสถานที่ที่สะดวกได้ และดิฉันมีสาขาใกล้บ้านที่สุด”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 2 กลุ่มผู้สมัครงานเภสัชกร 8 ธันวาคม 2568)

1.3 ปัจจัยช่องทางการสื่อสารรับสมัครงาน หมายถึง ช่องทางที่เภสัชกรใช้รับรู้ข่าวสารตำแหน่งงานขององค์กร ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และการบอกต่อในเครือข่ายวิชาชีพ ซึ่งช่วยให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและตัดสินใจสมัครงานได้รวดเร็ว

“เราใช้ทั้งหน้าร้าน แพลตฟอร์มออนไลน์ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และออกงานนัดพบแรงงาน”

(ผู้ให้ข้อมูลผู้บริหารระดับสูง 1 ธันวาคม 2568)

“เพื่อนที่ทำงานอยู่ก่อนเล่าให้ฟังรายละเอียดงานและสวัสดิการ ทำให้ตัดสินใจสมัครได้ง่ายขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเภสัชกรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

2. ปัจจัยด้านโอกาสในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ

2.1 ปัจจัยความชัดเจนและโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ หมายถึง การรับรู้ของเกสซ์กรต่อเส้นทางอาชีพที่องค์กรกำหนดไว้อย่างชัดเจน และโอกาสเลื่อนตำแหน่งสู่ระดับที่มีความรับผิดชอบสูงขึ้นในอนาคต

“องค์กรมีเส้นทางการเติบโต จากเกสซ์กรเป็นผู้จัดการร้าน ซึ่งช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงาน”
(ผู้ให้ข้อมูลผู้บริหารระดับสูง 1 ธันวาคม 2568)

“มีการอธิบายชัดเจนตั้งแต่วันสัมภาษณ์ว่าการเติบโตจากเกสซ์กรเป็นผู้จัดการร้านและหัวหน้าพื้นที่”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 3 กลุ่มผู้สมัครงานเกสซ์กร 8 ธันวาคม 2568)

2.2 ปัจจัยความชัดเจนของเส้นทางอาชีพ หมายถึง การรับรู้ของเกสซ์กรต่อโครงสร้างตำแหน่งและลำดับความก้าวหน้าในองค์กรที่สื่อสารอย่างชัดเจนและเข้าใจได้ตั้งแต่ระดับปฏิบัติการสู่ระดับสูงขึ้น

“เขาพูดชัดเจนตั้งแต่วันสัมภาษณ์ว่าเรามีโอกาสเติบโต เช่น จากเกสซ์กรประจำร้านเป็นผู้จัดการร้านหรือหัวหน้าทีม”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มผู้สมัครงานเกสซ์กร 4 ธันวาคม 2568)

3. ปัจจัยด้านความมั่นคงและเสถียรภาพในตำแหน่งงาน

3.1 ปัจจัยความมั่นคงของตำแหน่งงาน หมายถึง การรับรู้ของเกสซ์กรต่อความปลอดภัยและความต่อเนื่องของการจ้างงานในองค์กรรวมถึงความเชื่อมั่นว่าสามารถทำงานได้ระยะยาวโดยไม่เผชิญความไม่แน่นอนอย่างกะทันหัน

“ความมั่นคงเป็นเหตุผลที่หลายคนเลือกมาทำงานที่นี่ เพราะองค์กรใหญ่ มีโครงสร้างชัดเจน ไม่ต้องกังวลว่าจะถูกเลิกจ้างแบบไม่มีสาเหตุ”
(ผู้ให้ข้อมูลผู้บริหารระดับสูง 1 ธันวาคม 2568)

“พอทำงานไปสักพัก ก็รู้สึกว่าการจ้างงานค่อนข้างมั่นคงดี ทำให้ไม่ต้องกังวลเรื่องอนาคตมาก”
(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 กลุ่มเกสซ์กรประจำร้าน 28 พฤศจิกายน 2568)

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการดึงดูดเกสซ์กรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเกสซ์กรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อาจเป็นเพราะว่าผลตอบแทนและสวัสดิการเป็นสิ่งที่เกสซ์กรใช้ประเมินความคุ้มค่าและความมั่นคงของการทำงานในวิชาชีพ ทั้งในด้านรายได้พื้นฐาน สิทธิประโยชน์ และการดูแลในระยะยาว โดยผู้สมัครงานมักให้ความสำคัญกับระดับรายได้เป็นแรงจูงใจหลักในการตัดสินใจเข้าร่วมองค์กร ขณะที่เกสซ์

กรที่ปฏิบัติงานแล้วให้ความสำคัญกับสวัสดิการและความมั่นคงในอาชีพมากขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับจิตต์ชนก ปุสาลี (2562) ที่พบว่าค่าตอบแทนเป็นแรงจูงใจสำคัญในการเลือกงานของเภสัชกร ขณะที่ Thabit et al. (2023) ชี้ว่าผลตอบแทนมีอิทธิพลต่อการวางแผนเส้นทางอาชีพของเภสัชกรรุ่นใหม่ และ Terry et al. (2024) ระบุว่าสิ่งจูงใจทางการเงินมีบทบาทต่อการสรรหาและการรักษาบุคลากรในสายงานเภสัชกรรม

2. ปัจจัยด้านลักษณะของงานและบทบาทหน้าที่ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อาจเป็นเพราะว่าลักษณะงานมีความสอดคล้องกับบทบาทวิชาชีพ ภาระงานเหมาะสม และมีความชัดเจนของหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยผู้สมัครงานมักให้ความสำคัญกับโอกาสในการเรียนรู้และขอบเขตงานที่ชัดเจน ขณะที่เภสัชกรที่ปฏิบัติงานแล้วให้ความสำคัญกับความสมดุลของภาระงานและความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ He and Bourke (2025) ที่ชี้ว่าสภาพงานและความยืดหยุ่นเอื้อต่อการสรรหาเภสัชกร ขณะที่ Lynch and O’Leary (2023) พบว่าภาระงานสูงและบทบาทที่ไม่ชัดเจนลดแรงจูงใจในการทำงาน และนภคิน แก้วปัญญา และคณะ (2563) เน้นว่าความสอดคล้องของลักษณะงานกับความคาดหวังทางวิชาชีพมีผลต่อการคงอยู่ในงานร้านยา

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อาจเป็นเพราะว่าสภาพแวดล้อมการทำงานมีผลต่อความสะดวก ความปลอดภัย และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งด้านบรรยากาศภายในร้าน ระบบและเครื่องมือสนับสนุน รวมถึงความสะดวกในการเดินทาง โดยผู้สมัครงานมักให้ความสำคัญกับสถานที่ทำงานที่เข้าถึงง่ายและเอื้อต่อการเริ่มต้นทำงาน ขณะที่เภสัชกรที่ปฏิบัติงานแล้วให้ความสำคัญกับกำลังคนที่เพียงพอและระบบสนับสนุนที่ช่วยลดภาระงาน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับมานพ เนียมสำโรง และคณะ (2564) ที่ชี้ว่าสภาพแวดล้อมและการเดินทางมีผลต่อการเลือกสถานที่ทำงาน ขณะที่ Terry et al. (2022) เน้นบทบาทของโครงสร้างสนับสนุนต่อการคงอยู่ในสายงาน และ Belaid et al. (2017) สะท้อนว่าสภาพการทำงานที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานมีผลต่อการตัดสินใจทำงานในระยะยาว

4. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในสายงานปฏิบัติการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อาจเป็นเพราะว่าความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ผู้ช่วยเภสัชกร และหัวหน้างานส่งผลต่อบรรยากาศการทำงานและความรู้สึกได้รับการสนับสนุน โดยผู้สมัครงานมักให้ความสำคัญกับทีมงานที่เป็นมิตรและพร้อมช่วยเหลือ ขณะที่เภสัชกรที่ปฏิบัติงานแล้วให้ความสำคัญกับการสื่อสารและการสนับสนุนจากหัวหน้างานในการแก้ปัญหาหน้างาน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับอัญชิสรา เหมือนคิด (2565) ที่ชี้ว่าความสัมพันธ์ที่ดีช่วยลดความตั้งใจลาออก ขณะที่ Al-Omar et al. (2022) เน้นบทบาทของการยอมรับและการสนับสนุนต่อแรงจูงใจในการทำงาน และ Thin et al. (2021) พบว่าบรรยากาศที่มีการช่วยเหลือกันในงานประจำวันช่วยเสริมความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร

5. ปัจจัยด้านนโยบายและกลยุทธ์การบริหาร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อาจเป็นเพราะว่านโยบายที่ชัดเจน โปร่งใส และเป็นธรรมช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อทิศทางองค์กรและความมั่นคงในการทำงาน โดยผู้สมัครงานมักให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือขององค์กรและกติกางานที่ชัดเจน ขณะที่เภสัชกรที่ปฏิบัติงานแล้วให้ความสำคัญกับการสนับสนุนเชิงนโยบายและเงื่อนไขการทำงานที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานจริง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Lynch and O’Leary (2023) ที่ชี้ว่าภาระกฎระเบียบและแรงกดดันเชิงธุรกิจลดแรงจูงใจในการทำงาน ขณะที่ He and Bourke (2025) สะท้อนว่านโยบายแรงงานที่ไม่เอื้อต่อบุคลากรเป็นอุปสรรคต่อการสรรหาเภสัชกร

6. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และขนาดขององค์กร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อาจเป็นเพราะว่าองค์กรที่มีชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ และเครือข่ายสาขาขนาดใหญ่ สะท้อนถึงความมั่นคงและโอกาสในการทำงานที่หลากหลาย โดยผู้สมัครงานมักมององค์กรขนาดใหญ่เป็นแหล่งงานที่ปลอดภัยและมีระบบรองรับที่ชัดเจน ขณะที่เภสัชกรที่ปฏิบัติงานแล้วให้ความสำคัญกับเสถียรภาพขององค์กรและความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจ ผลการศึกษาสอดคล้องกับมานพ เนียมสำโรง และคณะ (2564) ที่พบว่านิสิตเภสัชศาสตร์มีแนวโน้มเลือกองค์กรที่มีชื่อเสียงและศักยภาพสูงเป็นแหล่งฝึกงาน ขณะที่ Terry et al. (2024) ชี้ว่าภาพลักษณ์เชิงบวกของร้านยาในชุมชนช่วยเสริมความน่าสนใจในการเข้าทำงาน และ He and Bourke (2025) ระบุว่าองค์กรที่มีโครงสร้างมั่นคงสามารถดึงดูดเภสัชกรได้มากกว่าสถานประกอบการขนาดเล็ก

7. ปัจจัยด้านโอกาสในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อาจเป็นเพราะว่าเภสัชกรให้ความสำคัญกับการมองเห็นเส้นทางอาชีพที่ชัดเจน การพัฒนาทักษะ และโอกาสเลื่อนบทยานในอนาคต ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพในการเติบโตภายในองค์กร โดยผู้สมัครงานมักคาดหวังองค์กรที่เปิดโอกาสให้พัฒนาและก้าวหน้าในสายวิชาชีพ ขณะที่เภสัชกรที่ปฏิบัติงานแล้วให้ความสำคัญกับระบบพัฒนาและการสนับสนุนที่ช่วยต่อยอดอาชีพภายในองค์กร ผลการศึกษาสอดคล้องกับ Al-Omar et al. (2022) ที่ชี้ว่าโอกาสในการเรียนรู้และความก้าวหน้าช่วยเพิ่มความน่าสนใจขององค์กร ขณะที่ Arbab et al. (2022) เน้นว่าการรับรู้โอกาสทางอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางวิชาชีพ และ Terry et al. (2024) สะท้อนว่าการพัฒนาและขยายบทบาทวิชาชีพ สนับสนุนการคงอยู่ของเภสัชกรในองค์กร

8. ปัจจัยด้านความมั่นคงและเสถียรภาพในตำแหน่งงาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจร้านขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อาจเป็นเพราะว่าเภสัชกรให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องของการจ้างงาน ความปลอดภัยในอาชีพ และความสามารถในการวางแผนชีวิตในอนาคตภายใต้เสถียรภาพขององค์กร โดยผู้สมัครงานมักมองหาความมั่นคงเป็นเงื่อนไขสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมงาน ขณะที่เภสัชกรที่ปฏิบัติงานแล้วให้ความสำคัญกับความแน่นอนของตำแหน่งและการสนับสนุนจากองค์กรในการทำงานอย่างต่อเนื่อง ผลการศึกษาสอดคล้องกับ Obamiro et al. (2020) ที่ชี้ว่าความมั่นคงของงานช่วยสนับสนุนการคงอยู่ของเภสัชกร ขณะที่ Belaid et al. (2017) พบว่าความปลอดภัยในการทำงานมีอิทธิพลต่อการเลือกและรักษาบุคลากรสุขภาพ และ Barakat and Sallam (2025) ระบุว่าความมั่นคงของงานเป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มความน่าสนใจขององค์กรต่อเภสัชกรและสนับสนุนการคงอยู่ในสายงาน

สรุปผล

การดึงดูดเภสัชกรของธุรกิจขายยาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง เป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับปัจจัยสร้างคุณค่าที่จะดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถเข้ามาทำงานในองค์กร โดยให้ความสำคัญกับเภสัชกรในฐานะบุคลากรหลักที่มีบทบาทต่อคุณภาพบริการสุขภาพ ความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจ และศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร องค์กรจึงควรพัฒนาระบบและแนวทางการดึงดูดบุคลากรให้สอดคล้องกับบริบทธุรกิจ วิสัยทัศน์ และเป้าหมายของตน เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการดึงดูดและรักษาเภสัชกรที่มีศักยภาพในระยะยาว ซึ่งปัจจัยดึงดูดสามารถจัดกลุ่มได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ปัจจัยดึงดูดภายในองค์กร ซึ่งครอบคลุมโครงสร้างงาน ภาระงานที่เหมาะสม ความชัดเจนของบทบาทหน้าที่ สภาพแวดล้อมการทำงาน ความสัมพันธ์ในทีม และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน 2) ปัจจัยดึงดูดภายนอกองค์กร ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กร ขนาดเครือข่ายสาขา ช่องทางการสื่อสารการรับสมัครงาน โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ และความมั่นคงของตำแหน่งงาน

ข้อเสนอแนะ

ในบริบทที่ธุรกิจร้านขายยามีการแข่งขันด้านกำลังคนเภสัชกรอย่างต่อเนื่อง องค์กรเริ่มตระหนักว่าความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับระบบงานหรือผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว หากแต่เชื่อมโยงกับความสามารถในการดึงดูดบุคลากรที่มีคุณภาพและสร้างเงื่อนไขให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบประสบการณ์การทำงานโดยรวมให้สอดคล้องกับความคาดหวังของเภสัชกร ตั้งแต่การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรสู่ภายนอก การจัดโครงสร้างงานและสภาพการทำงานภายใน ไปจนถึงการสร้างระบบสนับสนุนและการพัฒนาอาชีพอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดทั้งความน่าสนใจในการเข้าร่วมงานและแรงจูงใจในการคงอยู่กับองค์กร

กลยุทธ์การดึงดูดเภสัชกรส่งผลต่อทั้งจำนวนผู้สมัครงาน ความต่อเนื่องของกำลังคน และคุณภาพการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และคุณภาพการให้บริการทางเภสัชกรรม เภสัชกรที่รู้สึกมั่นคง ได้รับการสนับสนุน และเห็นคุณค่าในบทบาทของตน มีแนวโน้มปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร และพร้อมคงอยู่ในสายงานซึ่งท้ายที่สุดจะช่วยเสริมสร้างชื่อเสียง ความยั่งยืน และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาเช่นได้อย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- จิตต์ชนก บุษาลี. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำงานเภสัชกรผู้แทนยา* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:172531
- นภคิน แก้วปัญญา, ขวัญมณธิดา เดชอ้อม, และ พัทธวีภา สุวรรณพรหม. (2564). เหตุผลการเคลื่อนย้ายกำลังคนของเภสัชกรร้านยาในจังหวัดเชียงใหม่: งานวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารเภสัชกรรมไทย*, 13(4), 892–904. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/TJPP/article/download/244418/166665/872986>
- พชรอร วรณภีระ, และ ปวีณา สนธิสมบัติ. (2567). ภาวะหมดไฟในการทำงานและความพึงพอใจในการทำงานของเภสัชกรประจำโรงพยาบาล. *วารสารเภสัชกรรมไทย*, 16(2), 309–322. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/TJPP/article/view/260171/177538>
- มานพ เนียมสำโรง, กุลนารี คนชม, และ พิชญ์กวิณ พุทธรักษา. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งฝึกงานของนิสิตเภสัชศาสตร์* [โครงการวิจัยปริญญาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา. <https://opac1.lib.buu.ac.th/medias3/b00335903/58210093.pdf>
- โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธิ. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานของพนักงาน กรณีศึกษา นมจ. ธนาคารกรุงไทย* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. CMMU Digital Archive. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2265>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567, 5 เมษายน). *ร้านขายยาปี '67 คาดยอดขายโต 4.0% ตลาดแข่งขันรุนแรงจากร้านเซนส์โตร์ที่เพิ่มขึ้น (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3480)*. <https://www.kasikornresearch.com/th/ana-lysis/k-econ/business/Pages/Drug-Store-CIS3480-KR-2024-04-04.aspx>



- สภาเภสัชกรรม. (2567, 21 มิถุนายน). *สารสภาเภสัชกรรม เรื่อง ยืนยันจำนวนเภสัชกรยังขาดแคลน*.
https://pharmacycouncil.org/download_file.php?file=42E9FB755426F19231217AFB43E1AEC1&itemid=3474&h=7159
- อรุณศรี อัครปัญญาธร. (2564). *องค์ประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. [thesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3792/1/59252924.pdf](https://ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3792/1/59252924.pdf)
- อัญชิสา เหมือนคิด. (2565). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะลาออกจากงานของเภสัชกร* [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2022/TU_2022_6402030321_17078_24353.pdf
- Al-Omar, H. A., Khurshid, F., Sayed, S. K., Alotaibi, W. H., Almutairi, R. M., Arafah, A. M., Mansy, W., & Alshathry, S. (2022). Job motivation and satisfaction among female pharmacists working in private pharmacy professional sectors in Saudi Arabia. *Risk Management and Healthcare Policy, 15*, 1383–1394. <https://doi.org/10.2147/RMHP.S369084>
- Arbab, A. H., Eltahir, Y. A. M., Elsadig, F. S., & Yousef, B. A. (2022). Career preference and factors influencing career choice among undergraduate pharmacy students at University of Khartoum, Sudan. *Pharmacy, 10*(1), 26. <https://doi.org/10.3390/pharmacy10010026>
- Barakat, M., & Sallam, M. (2025). Pharmacy workforce: a systematic review of key drivers of pharmacists' satisfaction and retention. *Journal of Pharmaceutical Policy and Practice, 18*(1), 2470848. <https://doi.org/10.1080/20523211.2025.2470848>
- Barnard, C. I. (1968). *The functions of the executive*. Harvard University Press.
- Belaid, L., Dagenais, C., Moha, M., & Ridde, V. (2017). Understanding the factors affecting the attraction and retention of health professionals in rural and remote areas: A mixed-method study in Niger. *Human Resources for Health, 15*, 60. <https://doi.org/10.1186/s12960-017-0227-y>
- Drucker, P. F. (1970). *The effective executive*. Pan Books
- Ferreira, C. M. M. (2024). *The role of sustainability in enhancing employee value proposition: Insights from company X* [Master's thesis]. Universidade Lusófona.
- Gore, W. J., & Dyson, J. W. (1964). *The making of decisions: A reader in administrative behavior*. Free Press of Glencoe.
- He, Z., & Bourke, L. (2025). Employers' perspectives on recruiting and retaining pharmacists in regional and rural Victoria, Australia. *Rural and Remote Health, 25*(3), 9469. <https://doi.org/10.22605/RRH9469>



- Hovenden, A., O'Shea, J. P., & Bennett-Lenane, H. (2025). Factors affecting pharmacy student career intentions across patient-facing and non-patient-facing settings: A cross-sectional evaluation. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 17(9), 102408. <https://doi.org/10.1016/j.cptl.2025.102408>.
- influencing future career interests of pharmacy interns in Saudi Arabia: A survey from 25 colleges of pharmacy. *BMC Medical Education*, 23(1), 35. <https://doi.org/10.1186/s12909-023-04022-9>
- Lynch, M., & O'Leary, A. C. (2023). Understanding the factors influencing community pharmacist retention—A qualitative study. *Exploratory Research in Clinical and Social Pharmacy*, 12, 100329. <https://doi.org/10.1016/j.rcsop.2023.100329>
- Obamiro, K. O., Tesfaye, W. H., & Barnett, T. (2020). Strategies to increase the pharmacist workforce in rural and remote Australia: A scoping review. *Rural and Remote Health*, 20(4), 5741. <https://doi.org/10.22605/RRH5741>
- Pawar, A., Nuradhawati, R., Rochaeni, A., & Kristian, I. (2023). Business significance of employee value proposition towards effective workforce management. *Jurnal Academia Praja*, 6(1), 1–20. <https://doi.org/10.36859/jap.v6i1.1421>
- Shull, F. A., Delbecq, A. L., & Cummings, L. L. (1970). *Organizational decision making*. McGraw-Hill.
- Terry, D. R., Peck, B., Hills, D., Bishop, J., Kirschbaum, M., Obamiro, K. O., Phan, H., Baker, E., & Schmitz, D. (2022). The pharmacy community Apgar questionnaire: A modified Delphi technique to develop a rural pharmacist recruitment and retention tool. *Rural and Remote Health*, 22(4), 7347. <https://doi.org/10.22605/RRH7347>
- Terry, D. R., Peck, B., Phan, H., Hills, D., Bishop, J., Kirschbaum, M., Obamiro, K. O., Baker, E., & Schmitz, D. (2024). Understanding rural pharmacists' perspectives: Lived experiences and insights associated with rural recruitment and retention. *Rural and Remote Health*, 24(1), 8687. <https://doi.org/10.22605/RRH8687>
- Terry, D., Phan, H., Peck, B., Hills, D., Kirschbaum, M., Bishop, J., Obamiro, K., Hoang, H., Nguyen, H., Baker, E., & Schmitz, D. (2021). Factors contributing to the recruitment and retention of rural pharmacist workforce: A systematic review. *BMC Health Services Research*, 21, 1052. <https://doi.org/10.1186/s12913-021-07072-1>
- Thabit, A. K., Alghamdi, D. I., Alaqi, R. O., Alsufyani, M. A., & Bagalagel, A. A. (2023). Factors
- Thin, S. M., Nakpun, T., Nitadpakorn, S., Sorofman, B. A., & Kittisopee, T. (2021). What drives pharmacists' turnover intention: A systematic review. *Pharmacy Practice*, 19(4), 2559. <https://doi.org/10.18549/PharmPract.2021.4.2559>
- Yacine, L. (2021). *Employees-as-customers: Coupling the employee value proposition and millennials' experience in the construction of the internal brand* [Master's thesis]. Tampere University.