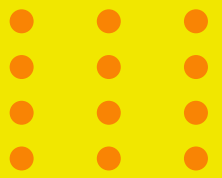




Lampang Inter-Tech College

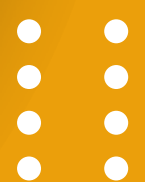


LANNA ACADEMIC JOURNAL

OF SOCIAL SCIENCE

ISSN 3056-9648 (Online) Vol. 2 No.1 (January - April)

2025





Lanna Academic Journal of Social Science

ISSN: 3056-9648 (Online)

Vol. 2 No. 1 January - April 2025

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นศูนย์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และวิทยาการสมัยใหม่ในรูปแบบการนำเสนอบทความวิจัยหรือบทความวิชาการของนักศึกษา นักวิชาการทั้งภายในและภายนอกวิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเอกลำปาง
2. เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนาศักยภาพและทักษะการผลิตผลงานทางวิชาการ การค้นคว้าวิจัย รวมถึงการบริการวิชาการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณชน
3. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้นักวิจัย นักวิชาการ นักเขียนอิสระ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ได้เผยแพร่บทความวิชาการ และงานวิจัย
4. เพื่อเป็นแหล่งการศึกษาค้นคว้าข้อมูล แลกเปลี่ยนเรียนรู้และวิทยาการทางสังคมให้กับนิสิต นักศึกษา คณาจารย์ มหาวิทยาลัย ชุมชน ประชาชนผู้มีความสนใจ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

เจ้าของวารสาร

วิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเอกลำปาง

กำหนดตีพิมพ์

จำนวน 3 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 เดือน พฤษภาคม-สิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือน กันยายน – ธันวาคม

ภาษาที่ตีพิมพ์

ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

การพิจารณาคัดเลือกบทความ

การพิจารณาคัดเลือกบทความแต่ละบทความที่ตีพิมพ์จะได้รับพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองบทความวารสาร (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน และได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ โดยการพิจารณาบทความจะมีรูปแบบที่ผู้ทรงคุณวุฒิที่พิจารณาบทความและผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double-blind Peer Review)

ที่ปรึกษา

อธิการบดีวิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเทคลำปาง

ผู้ช่วยอธิการบดีวิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเทคลำปาง

บรรณาธิการวารสาร

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน

กองบรรณาธิการจากหน่วยงานภายนอก

1. รองศาสตราจารย์ ดร. รัตน์ะ ปัญญาภา

2. รองศาสตราจารย์ ดร. ปาจารย์ ผลประเสริฐ

3. รองศาสตราจารย์ ดร. อัครณัฐ โกมล

4. รองศาสตราจารย์ ดร. จิตติรศัญญาณ์ แก่นเพชร

5. รองศาสตราจารย์ ดร. พิชามพ พันธุ์แพ

6. รองศาสตราจารย์ ดร. ปิยกันณัฐ โชติวินิช

7. รองศาสตราจารย์ ดร. อัยรดา พรเจริญ

8. รองศาสตราจารย์ จิตติมา คุณยศยิ่ง

9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กนกวรรณ อุ่ทองทรัพย์

10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พลกฤต รักจุล

11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกริกไกร แก้วล้วน

12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาศิริ เขตปิยรัตน์

13. ดร. จิตติพัฒน์ หิรัญนิธิธำรง

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คณะครุศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

คณะครุศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

สำนักเทคโนโลยีการศึกษา

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

วิทยาลัยสหวิทยาการ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยน่าน

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกริก



กองบรรณาธิการจากหน่วยงานภายใน

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิ่งวอน | วิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล | วิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์ | วิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี |
| 4. ดร.ประสิทธิ์ชัย เดชขำ | วิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี |
| 5. ดร.พิมพ์ฤทธิ์ เทียงภักดิ์ | วิทยาลัยอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี |

สารบัญ

หน้า

การจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อรณิชา ชุมภูศรี, ชรินทร์ มั่งคั่ง	1
การจัดทำแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกและการจัดการตราสินค้า“ภูมิไทย” เพื่อส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เจิมขวัญ รัชชुकานติ	13
การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอยางชุมน้อย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี นันท์วิทย์ มหาพงษ์; ฐิติพัฒน์ หิรัญนิธำรง	29
อิทธิพลของภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง มานพ ปัญญาเย็น	42
การเปรียบเทียบการพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลางด้วยกิจกรรม การเรียนรู้แบบเชิงรุกของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง สุพรรณษา วงศ์สวัสดิ์	53
ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ใช้บริการร้านสะดวกซัก ในเขตตำบลบ้านทุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น รวพรรณ มั่นตรา; กานต์ธิดา ช้อยุ่น, ฐิตียา วิชัย, ศรินทร สิงห์ทอง	64

การจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน
เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
Geoinformatics Learning Management in Chiang Mai Ping River
Basin Area Through Land-Based Learning to Promote Disaster
Literacy of High School Students

อรณิชา ชุมภูศรี^{1*} และ ชรินทร์ มั่งคั่ง¹
Onnicha Chumpusri^{1*} and Charin Mangkhang¹

¹คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

¹Faculty of Education, Chiang Mai University, Thailand.

*Corresponding Author; charin.mangkhang@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ และ 2) ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้ ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5/5 จำนวน 1 ห้องเรียน 30 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แผนจัดการเรียนรู้จำนวน 2 แผน รวม 8 ชั่วโมง แบบประเมินความเหมาะสมของแผน และแบบประเมินความฉลาดรู้ภัยพิบัติ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ มีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ (1) ขั้นสร้างองค์ความรู้ (2) ขั้นศึกษาพื้นที่เสี่ยงภัย (3) ขั้นวิเคราะห์และวางแผน และ (4) ขั้นฟื้นฟูอย่างยั่งยืน มีคุณภาพในระดับเหมาะสมมากที่สุด 2) นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ผ่านการเรียนรู้ด้วยกระบวนการ จัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ผ่าน LAND Model และความฉลาดรู้ภัยพิบัติ ด้วยวิธีการเรียนรู้ เชิงถิ่นฐาน มีระดับความฉลาดรู้ภัยพิบัติในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน, ความฉลาดรู้ภัยพิบัติ, ภูมิสารสนเทศลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่, นักเรียน มัธยมศึกษา

ABSTRACT

This research aims to 1) design a learning plan, and 2) study the effects of the geoinformatics learning management plan in the Ping River Basin area of Chiang Mai through land-based learning to enhance disaster literacy among high school students. The sample group in this study consisted of 30 grade 11 students in one classroom. This study collected data using purposive sampling. The research instruments included two learning management plans totaling 8 hours, an evaluation form for the appropriateness of the plans, and an evaluation form for disaster literacy

The research found that: 1) The design of the learning plan included four steps: (1) Learning Knowledge, (2) Awareness Mapping, (3) Navigating Plan, and (4) Disaster Restoration. The quality of the design was found to be most appropriate. 2) High school students who participated

in the geoinformatics learning process using land-based learning for the Ping River Basin area of Chiang Mai demonstrated a good level of disaster literacy overall through the LAND Model and disaster literacy.

Keywords: Land-Based Learning Management, Disaster Literacy, Geoinformatics of the Chiang Mai Ping River Basin, Senior High School Students.

บทนำ

สถานการณ์โลกในอนาคตจะต้องเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะการเข้าสู่ยุค "โลกเดือด" (Global Boiling) ซึ่งส่งผลให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ซับซ้อนและรุนแรง เช่น น้ำท่วมฉับพลัน ไฟป่า ภัยแล้ง และพายุที่รุนแรงขึ้น (Khadeeja et al., 2022) ผลกระทบเหล่านี้ไม่เพียงส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมโลกโดยรวม แต่ยังส่งผลกระทบโดยตรงต่อพื้นที่เฉพาะที่มีความเปราะบาง เช่น กลุ่มน้ำปิงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญทั้งในด้านการดำรงชีวิตของชุมชนและความหลากหลายทางธรรมชาติ กลุ่มน้ำปิงเป็นแหล่งน้ำสำคัญ ของภาคเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่จังหวัดเชียงใหม่ไปจนถึงจังหวัดลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง ลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่มีทั้งภูเขาและที่ราบ ส่งผลให้กลุ่มน้ำปิงเป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อภัยพิบัติหลายรูปแบบ โดยเฉพาะน้ำท่วมและภัยแล้ง (กาญจนาภรณ์ บุญยัง และคณะ, 2566) น้ำท่วมในเขตเมืองเชียงใหม่มักเกิดขึ้น เนื่องจากการไหลบ่าของน้ำจากภูเขาลงสู่ที่ราบลุ่ม และในขณะที่ภัยแล้งส่งผลกระทบต่อการเกษตรและการใช้น้ำในช่วงฤดูแล้งอย่างชัดเจน อีกทั้งการขยายตัวของเมืองและการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินยังทำให้การจัดการน้ำในกลุ่มน้ำปิงซับซ้อนยิ่งขึ้น (สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ, 2565) นอกจากนี้ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง สาระภูมิศาสตร์ พุทธศักราช 2551 ฉบับปรับปรุง 2560 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) ยังขาดตัวชี้วัดที่เน้นการเตรียมพร้อมรับมือกับภัยพิบัติที่เกิดขึ้นใกล้ตัวหรือการส่งเสริมความฉลาดรู้ด้านภัยพิบัติ ในขณะที่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals; SDGs) ในข้อที่ 13 มีเป้าหมายที่ครอบคลุมในด้านการปรับตัวและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีการเน้นที่การเสริมภูมิต้านทานในการปรับตัวต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ (United Nations, 2023) การบูรณาการการศึกษาเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมรับมือภัยพิบัติในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากนักเรียนในช่วงวัยนี้มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ที่ซับซ้อนได้ดี เป็นช่วงวัยที่เน้นการพึ่งพาตัวเองมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงวัยอื่นๆที่มีความใกล้ชิดกับผู้ปกครอง ซึ่งการเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านการจัดการภัยพิบัติในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจะช่วยให้นักเรียนสามารถประเมินความเสี่ยงวางแผนการตอบสนองและมีส่วนร่วมในการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติในชุมชนของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้สังคมโดยรวมมีความพร้อมและยืดหยุ่นต่อภัยพิบัติมากขึ้น (Hoffmann & Muttarak, 2017) เพื่อเตรียมเยาวชนให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเผชิญกับสถานการณ์ฉุกเฉิน และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติให้กับนักเรียนเพื่อสร้างความสามารถและทักษะในการรับมือกับ ภัยพิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

ด้วยสาเหตุข้างต้น การจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่กลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติ (Disaster Literacy) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในพื้นที่กลุ่มน้ำปิงที่มีความเสี่ยงสูงต่อภัยพิบัติ การส่งเสริมความรู้และทักษะในการวิเคราะห์และจัดการภัยพิบัติผ่านการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน (Land-Based Learning) จะช่วยให้นักเรียนสามารถเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่นสิ่งแวดล้อมปัจจัยทางธรรมชาติ ภัยพิบัติ และการจัดการทรัพยากรในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนรู้เชิงถิ่นฐานที่บูรณาการกับภูมิสารสนเทศยังช่วยให้นักเรียนสามารถวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภัยพิบัติในพื้นที่กลุ่มน้ำปิง เช่น การเกิดน้ำท่วมและภัยแล้ง โดยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการสำรวจ วิเคราะห์ และหาแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างมีเหตุผลและเชื่อมโยงกับสถานการณ์ในชีวิตจริง (Matthew et al., 2023) นอกจากนี้ การจัดการเรียนรู้ดังกล่าว

ยังช่วยให้นักเรียนมีภูมิคุ้มกันด้านทักษะและความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต อันเป็นผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงขึ้นในปัจจุบัน กระบวนการเรียนรู้เชิง ผืนดินที่บูรณาการกับเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ เช่น การวิเคราะห์แผนที่ข้อมูลน้ำท่วม การสำรวจพื้นที่ที่มีความเสี่ยง และการพัฒนาแผนรับมือภัยพิบัติในชุมชนจะช่วยให้นักเรียนสามารถเข้าใจปัญหาในเชิงพื้นที่ได้ลึกซึ้งขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในชีวิตจริง และช่วยเสริมสร้างการปรับตัวของชุมชนในลุ่มน้ำปิงให้สามารถ เตรียมพร้อมรับมือกับภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

การจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศในพื้นที่ลุ่มน้ำปิง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการส่งเสริมให้นักเรียนมีความฉลาดรู้ภัยพิบัติ เนื่องจากเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดวิจารณ์ การประเมินสถานการณ์ และการแก้ไขปัญหา ซึ่งเป็น พื้นฐานสำคัญในการสร้างความฉลาดรู้ภัยพิบัติ และช่วยส่งเสริมให้นักเรียนสามารถนำทักษะความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ กับสถานการณ์ภัยพิบัติในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่นของชุมชนในพื้นที่ต่อ ภัยพิบัติในอนาคตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. เพื่อศึกษาผลการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่วิจัย

การเลือกพื้นที่วิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกโรงเรียนกาวิละวิทยาลัยเป็นฐานการวิจัย เนื่องจากเป็นโรงเรียน ที่ตั้งอยู่บนถนนวงแหวนที่อยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่ลุ่มน้ำปิง และเป็นโรงเรียนที่ประสบอุทกภัยครั้งใหญ่ใน ปีพุทธศักราช 2567

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย ทั้งหมด 9 ห้อง 237 คน ที่ลงทะเบียนในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2567 โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ห้อง 5/5 จำนวน 30 คน ได้มาโดยใช้ วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลากหมายเลขห้องเรียนทั้ง 9 ห้อง (5/1 ถึง 5/9) แล้วสุ่มเลือกมาหนึ่งห้อง ซึ่งได้ห้อง 5/5 มาเป็นกลุ่มตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1. แบบประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้แบบ มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ซึ่งได้มาจากการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดเกณฑ์ คือ สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท หรือ เคยมีประสบการณ์การปฏิบัติหน้าที่ในการสอนในมหาวิทยาลัยหรือ สอนในโรงเรียนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินค่าความเที่ยงตรง (IOC) ได้ผลอยู่ระหว่าง 0.66 - 1 ซึ่งเป็นไปตาม เกณฑ์ที่นำไปใช้ได้

3.2. แบบประเมินความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน (รายละเอียดดังข้อ 3.1) ประเมินค่าความเที่ยงตรง (IOC) ได้ผลอยู่ระหว่าง 0.66 - 1 ซึ่งเป็นไปตาม เกณฑ์ที่นำไปใช้ได้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 วางแผน

1. ศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. ศึกษาแนวทางการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
3. สร้างแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งกระบวนการพัฒนาแผนเริ่มจากการศึกษาข้อมูลลุ่มน้ำปิงในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ภูมิประเทศ การใช้ที่ดิน พื้นที่เสี่ยงภัยและประวัติภัยพิบัติในพื้นที่ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ร่วมกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน กลุ่มสาระภูมิศาสตร์ เพื่อกำหนดสาระการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงของนักเรียนในท้องถิ่น แผนการจัดการเรียนรู้ถูกออกแบบให้มีกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งท้องถิ่น การวิเคราะห์ข้อมูลจากแผนที่ ภาพถ่ายดาวเทียม หรือระบบ GIS ตลอดจนการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน ด้วยการสัมภาษณ์ การสำรวจและการนำเสนอแนวทางการจัดการภัยพิบัติ โดยกิจกรรมทั้งหมดนี้ออกแบบบนฐานแนวคิด Active Learning, Inquiry-Based Learning และ Contextual Learning เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความเข้าใจเรื่องภัยพิบัติอย่างลึกซึ้งจากพื้นที่ของตนเอง พร้อมทั้งเสริมสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
4. ประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้วยวิธีแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยหมายเลข 5 คือ ความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศระดับมากที่สุด และหมายเลข 1 คือ ความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศระดับน้อยที่สุด เพื่อตรวจสอบความถูกต้องความเหมาะสม โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน
5. ตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
6. วางแผนปฏิบัติการจัดการเรียนรู้และดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ระยะที่ 2 ปฏิบัติและเก็บรวบรวมข้อมูล

ปฏิบัติการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 ชั่วโมง เพราะการจัดสรรเวลา 8 ชั่วโมงเหมาะสมกับการเรียนรู้ที่บูรณาการทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยครอบคลุมการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศ การวิเคราะห์พื้นที่และการปฏิสัมพันธ์กับชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำปิง ระยะเวลานี้เพียงพอต่อการจัดกิจกรรมแบบ Active Learning ที่เน้นการสืบค้น อภิปรายกลุ่ม และสะท้อนคิด โดยไม่กระทบต่อเวลาเรียนตามโครงสร้างหลักสูตรและยังเอื้อต่อการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ระยะที่ 3 ประเมินผล

1. ประเมินผลการจัดการเรียนรู้ในแต่ละครั้ง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไขแผนการจัดการเรียนรู้ครั้งต่อไป จนจบเนื้อหา
2. ประเมินความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนหลังการทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้ โดยมีรายการประเมิน 4 ด้าน ดังนี้ ด้านที่ 1 การอ่านและเข้าใจเบื้องต้น (Basic) ด้านที่ 2 การนำไปใช้ (Functional) ด้านที่ 3

การเชื่อมโยงหรือการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และด้านที่ 4 การวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณ (Critical) (Nutbeam, 2000)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานเพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) จากผลการประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ โดยนำไปเทียบกับเกณฑ์ การแปลผลโดยประยุกต์จากแบบประเมินแผนการจัดการเรียนรู้ของกนกพรศน์ นาวา และชรินทร์ มั่งคั่ง (2567) ดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน	คุณภาพ
4.51 -5.00	เหมาะสมมากที่สุด
3.51 -4.50	เหมาะสมมาก
2.51 -3.50	เหมาะสมปานกลาง
1.51 -2.50	เหมาะสมน้อย
1.00 -1.50	เหมาะสมน้อยที่สุด

2. การประเมินความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) จากการประเมินผลความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียน โดยนำไปเทียบกับเกณฑ์ซึ่งประยุกต์จาก Likert (1967) ดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน	คุณภาพ
4.21 -5.00	ระดับดีมาก
3.41 -4.20	ระดับดี
2.61 -3.40	ระดับปานกลาง
1.81 -2.60	ระดับน้อย
1.00 -1.80	ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

จากการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อมูลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานเพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สามารถออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 เรื่อง เข้าที่ ระวัง ภัย(พิบัติ)	
รายการ	รายละเอียด
วัตถุประสงค์	1. วิเคราะห์สาเหตุและผลกระทบของภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ (K) 2. ออกแบบสื่อรณรงค์ให้ความรู้ด้านสาเหตุและผลกระทบของภัยพิบัติในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ (P) 3. เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการรับมือภัยพิบัติในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ (A)
กิจกรรมสำคัญ	ใช้เครื่องมือภูมิสารสนเทศในการวิเคราะห์พื้นที่เสี่ยงภัยในพื้นที่ลุ่มน้ำปิง เสนอแนวทางการรับมือและแก้ปัญหาภัยพิบัติ และออกแบบสื่อรณรงค์ด้านสาเหตุและผลกระทบของภัยพิบัติในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่

การวัดและ ประเมินผล	1. ประเมินจากชิ้นงาน 2. ประเมินพฤติกรรม
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 เรื่อง มุ่งสู่เส้นชัยร่วมใจรักษาสีเสื้อแดง	
รายการ	รายละเอียด
วัตถุประสงค์	1. วิเคราะห์วิกฤตการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ (K) 2. ออกแบบมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ (P) 3. ผนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ (A)
กิจกรรมสำคัญ	สืบค้นข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ลุ่มน้ำปิง รวมกลุ่มเพื่อคิดค้นและออกแบบมาตรการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม และร่วมกันผนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่
การวัดและ ประเมินผล	1. ประเมินจากชิ้นงาน 2. ประเมินพฤติกรรม

จากตารางที่ 1 แผนการจัดการเรียนรู้รวม 8 ชั่วโมงเพื่อให้สามารถเทียบผลการจัดการเรียนรู้ครั้งแรกและครั้งที่สองได้ โดยเนื้อหาในแผนการจัดการเรียนรู้ออกแบบจากการศึกษา สังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงฐานเพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เมื่อถูกประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญสามารถนำเสนอได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้

รายการ	Mean	S.D	ระดับคุณภาพ
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 เรื่อง เข้าที่ ระวัง ภัย(พิบัติ)	4.79	0.24	เหมาะสมมากที่สุด
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 เรื่อง มุ่งสู่เส้นชัยร่วมใจรักษาสีเสื้อแดง	4.77	0.29	เหมาะสมมากที่สุด
ภาพรวม	4.78	0.04	เหมาะสมมากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าคุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ($Mean=4.78$, $S.D=0.04$) สามารถนำไปใช้จัดการเรียนรู้ได้ หากพิจารณาผลการประเมินรายด้านสามารถนำเสนอได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้รายด้าน

รายการ	แผนการจัดการเรียนรู้เรื่องที่ 1		แปลผล	ลำดับ	แผนการจัดการเรียนรู้เรื่องที่ 2		แปลผล	ลำดับ
	Mean	S.D			Mean	S.D		
ด้านเป้าหมายการเรียนรู้	4.83	0.41	เหมาะสมมากที่สุด	3	4.67	0.41	เหมาะสมมากที่สุด	3
ด้านรูปแบบการจัดการเรียนรู้	4.89	0.33	เหมาะสมมากที่สุด	2	4.78	0.33	เหมาะสมมากที่สุด	2

ด้านขั้นตอนการจัดการเรียนรู้	4.81	0.31	เหมาะสมมากที่สุด	4	4.86	0.31	เหมาะสมมากที่สุด	1
ด้านสื่อและแหล่งการเรียนรู้	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด	1	4.67	0.00	เหมาะสมมากที่สุด	4
ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้	4.33	0.00	เหมาะสมมาก	5	4.33	0.00	เหมาะสมมาก	5

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากการประเมินระดับความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สามารถนำเสนอได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

รายการ	ครั้งที่ 1		ครั้งที่ 2		พัฒนาการ
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ด้านการอ่านและเข้าใจเบื้องต้น (Basic)	3.23	0.47	4.48	0.53	1.25
ด้านการนำไปใช้ (Functional)	3.13	0.54	4.22	0.93	1.08
ด้านการเชื่อมโยงหรือการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive)	2.52	0.44	3.48	0.90	0.97
ด้านการวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณ (Critical)	3.12	0.39	4.70	0.39	1.58
ภาพรวม	3.00	0.06	4.22	0.27	1.22

จากการประเมินความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่าระดับความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ครั้งที่ 1 อยู่ในระดับปานกลาง (Mean= 3.00, S.D= 0.06) ส่วนครั้งที่ 2 อยู่ในระดับดีมาก (Mean= 4.22, S.D= 0.27) โดยมีระดับพัฒนาการอยู่ที่ 1.22

สรุปผลการวิจัย

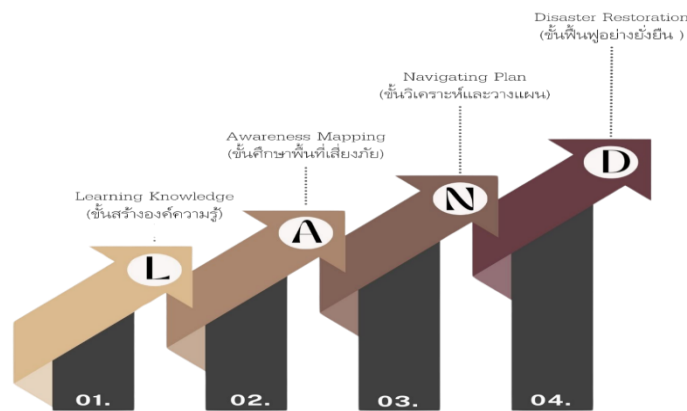
จากการวิจัยเรื่องการจัดการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงฐานเพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่งผลให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ชื่อว่า LAND Model (Learning and Navigating Disasters) โดยโมเดลนี้ได้รับการพัฒนามาจาก PLAN Model (อรณิชา ชุมภูศรี และคณะ, 2567) โดยแนวทางของ LAND Model (Learning and Navigating Disasters) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงภูมิสารสนเทศเข้ากับการจัดการเรียนรู้เชิงฐานพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมรอบตัว เพื่อเสริมสร้างความฉลาดรู้ภัยพิบัติ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน โดยแต่ละขั้นมีจุดเน้นที่แตกต่างกันเพื่อให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกมิติของการเตรียมพร้อมรับมือภัยพิบัติ

1) ขั้นสร้างองค์ความรู้ (Learning Knowledge) เป็นการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับภัยพิบัติในบริเวณพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ให้กับนักเรียน กระบวนการเรียนรู้ในขั้นนี้ประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับภัยพิบัติในพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ตั้งแต่สาเหตุของภัยพิบัติ รูปแบบของความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ไปจนถึงแนวทางป้องกันภัยพิบัติที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ผ่านการฝึกปฏิบัติด้านการเตรียมความพร้อมเบื้องต้น ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยพิบัติที่เกิดขึ้นจริงในอดีต รวมถึงการฝึกวิเคราะห์สถานการณ์ภัยพิบัติในบริบทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อภัยพิบัติและแนวทางการลดผลกระทบ

2) ขั้นศึกษาพื้นที่เสี่ยงภัย (Awareness Mapping) เป็นการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) และแผนที่ ภัยพิบัติในการศึกษาพื้นที่เสี่ยงภัยในลุ่มน้ำปิง เช่น น้ำท่วมและดินถล่ม การเรียนรู้ในขั้นนี้ช่วยให้สามารถอ่านแผนที่ วิเคราะห์ข้อมูล และเชื่อมโยงลักษณะทางภูมิศาสตร์กับระดับความเสี่ยงของพื้นที่ได้อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันผ่านกิจกรรมวิเคราะห์แผนที่ภัยพิบัติและอภิปรายแนวทางการลดผลกระทบของภัยพิบัติในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ การศึกษาพื้นที่เสี่ยงภัยยังช่วยเสริมสร้างทักษะด้านการคิดเชิงวิเคราะห์ โดยเน้นการเปรียบเทียบความเสี่ยงระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงการพิจารณาแนวทางปรับปรุงแผนการป้องกันภัยพิบัติที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

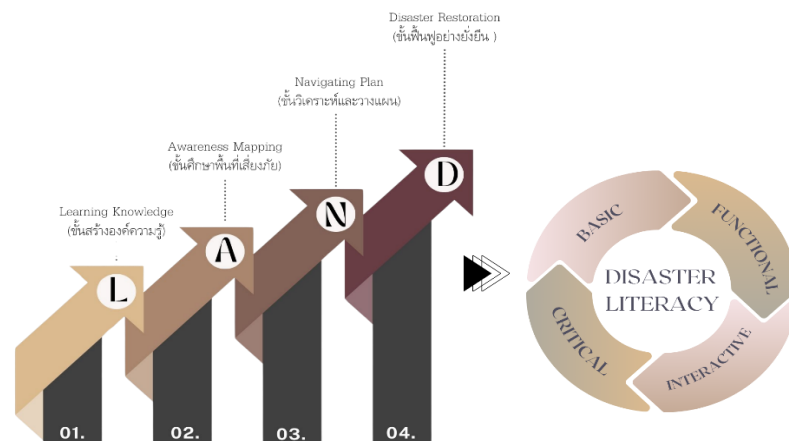
3) ขั้นวิเคราะห์และวางแผน (Navigating Plan) มุ่งเน้นการจำลองสถานการณ์ภัยพิบัติและออกแบบแผนการรับมือที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง โดยให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์สถานการณ์และการตัดสินใจภายใต้เงื่อนไขที่ซับซ้อน นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาแผนที่จำลองเส้นทางหนีภัยและพื้นที่ปลอดภัย เพื่อให้สามารถระบุเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับการอพยพได้อย่างเป็นระบบ

4) ขั้นฟื้นฟูอย่างยั่งยืน (Disaster Restoration) เป็นขั้นตอนที่ให้ความสำคัญกับแนวทางการฟื้นฟูพื้นที่หลัง เกิดภัยพิบัติ ทั้งในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การฟื้นฟูสภาพแวดล้อม และการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน การเรียนรู้ในขั้นนี้มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการฟื้นฟูและการบริหารจัดการทรัพยากรหลังภัยพิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังสนับสนุนให้มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในการออกแบบมาตรการฟื้นฟูที่ยั่งยืน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กระบวนการนี้ช่วยพัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์และประเมินผลความยั่งยืนของมาตรการฟื้นฟู รวมถึงแนวทางปรับปรุงการฟื้นฟูพื้นที่ที่สามารถรองรับภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างเหมาะสม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 LAND Model
ที่มา: อรณิชา ชุมภูศรี (2568)

จากภาพที่ 1 อันนำไปสู่การส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการอ่านและเข้าใจเบื้องต้น (Basic) คือการเรียนรู้ด้านทฤษฎีเบื้องต้นเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภัยพิบัติ 2) ด้านการนำไปใช้ (Functional) คือ การตอบสนองเมื่อเกิดภัยพิบัติ เช่น การปฏิบัติตัวเมื่อเกิดภัยพิบัติ แนวทางการเอาชีวิตรอดและการหาพื้นที่ปลอดภัย 3) ด้านการเชื่อมโยงหรือการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) คือทักษะการวางแผนและเตรียมความพร้อมก่อนเกิดภัยพิบัติ การเรียนรู้ทักษะการเอาตัวรอดในสถานการณ์ฉุกเฉินร่วมกับผู้อื่นและชุมชน และ 4) ด้านการวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณ (Critical) คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ความเสี่ยงของภัยพิบัติ ความสามารถในการเผชิญหน้ากับอุปสรรคและการรักษาสภาพจิตใจให้มั่นคง รวมไปถึงการจัดการและการฟื้นฟูตัวจากภัยพิบัติ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 LAND Model และความฉลาดรู้ภัยพิบัติ
ที่มา: อรณิชา ชุมภูศรี (2568)

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดแบ่งการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานเพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สามารถออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ได้ 2 แผน รวมทั้งหมด 8 ชั่วโมง เมื่อประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ผลการประเมินพบว่าอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (Mean=4.78, S.D=0.04) เนื่องจากความรู้และทักษะที่นักเรียนได้รับจากแผนการจัดการเรียนรู้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ทั้งการสังเกตสัญญาณบ่งชี้ภัยพิบัติ การตัดสินใจอพยพเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน และการมีส่วนร่วมในการวางแผนป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติในชุมชน ซึ่งเป็นทักษะชีวิตที่จำเป็นสำหรับผู้ที่อาศัยในพื้นที่เสี่ยงภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Smith and Sobel (2010) ที่ชี้ให้เห็นว่าการนำบริบทของถิ่นฐานมาใช้ในการเรียน การจัดการเรียนรู้สามารถสร้างความสนใจและความเข้าใจในเนื้อหามากยิ่งขึ้น และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชุมชนใน กระบวนการศึกษา นอกจากนี้ งานวิจัยของ Gruenewald and Smith (2008) ยังชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหา โดยการเชื่อมโยงความรู้ที่เรียนกับประสบการณ์จริง ในท้องถิ่น ซึ่งส่งผลดีต่อการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผลการ ประเมินของผู้เชี่ยวชาญจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด แต่ผู้วิจัยพบว่าควรพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ให้มีการ ส่งเสริมกิจกรรมที่เน้นการทำงานร่วมกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ นักเรียนสามารถฝึกฝนการ ประสานงานและการปฏิบัติจริงในสถานการณ์จำลอง ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความฉลาดรู้ภัยพิบัติในทุกมิติได้อย่าง ครอบคลุมและยั่งยืนมากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการประเมินความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่าครั้งที่ 1 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนครั้งที่ 2 อยู่ในระดับดีมาก โดยมีระดับพัฒนาการดีขึ้นกว่าเดิม คือ มีค่าเพิ่ม ขึ้นอยู่ที่ 1.22 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณมีผลการประเมินอยู่ในระดับสูงที่สุด เนื่องจากการวิเคราะห์สถานการณ์ภัยพิบัติจากถิ่นฐานของนักเรียนและหาแนวทางป้องกันและฟื้นฟูภัยพิบัติ ซึ่งผลการวิจัยมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีของ Nutbeam (2000) ที่ได้กล่าวถึงการแบ่งความฉลาดรู้ออกเป็นสามระดับ ได้แก่ ความฉลาดรู้เชิงหน้าที่ เชิงปฏิสัมพันธ์และเชิงวิพากษ์ โดยระดับเชิงวิพากษ์เน้นการคิดวิเคราะห์และประเมิน ข้อมูล เพื่อการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาทักษะการวิเคราะห์สถานการณ์ภัยพิบัติของ นักเรียนในบริบทท้องถิ่น รวมถึงการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน ซึ่งแนวทางการเรียนรู้ที่เน้นการใช้บริบทและทรัพยากร

ในท้องถิ่นเป็นฐานในการเรียนรู้ช่วยให้นักเรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริงในชุมชนของตนเอง ซึ่งส่งเสริมการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหาในบริบทที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอมสิน จตุพร และอมรรัตน์ วัฒนาธร (2562) ที่กล่าวไว้ว่า การจัดการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานเป็นการเน้นให้ ผู้เรียนได้เรียนรู้เรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว มีหลักฐานข้อเท็จจริงให้เห็นชัดเจน ส่งผลให้บทเรียนมีความน่าสนใจ ส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง ด้านการอ่านและการเข้าใจเบื้องต้น และด้านการนำไปใช้อยู่ในระดับดี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจพื้นฐานในเรื่องภัยพิบัติและการปฏิบัติตัวเมื่อเกิดภัยพิบัติขึ้น ในขณะที่ด้านการเชื่อมโยงการมีปฏิสัมพันธ์ยังคงต้องการพัฒนาเพิ่มเติมจากผลการประเมินเป็นแนวทางการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานเป็นรูปแบบที่เหมาะสมต่อการพัฒนาความฉลาดรู้ภัยพิบัติ เนื่องจากสามารถช่วยให้นักเรียนเข้าใจบริบทของพื้นที่ที่ตนอาศัยอยู่ได้อย่างลึกซึ้ง อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง

บทสรุป

การจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผ่าน LAND Model (Learning and Navigating Disasters) ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงภูมิสารสนเทศเข้ากับการจัดการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานถิ่นฐาน และสิ่งแวดล้อมรอบตัว เพื่อเสริมสร้างความฉลาดรู้ภัยพิบัติ อันประกอบด้วย 4 ขั้นตอน โดยแต่ละขั้นมีจุดเน้นที่แตกต่างกันเพื่อให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกมิติของการเตรียมพร้อมรับมือภัยพิบัติ โดยมีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ (1) ขั้นสร้างองค์ความรู้ (Learning Knowledge) (2) ขั้นศึกษาพื้นที่เสี่ยงภัย (Awareness Mapping) (3) ขั้นวิเคราะห์และวางแผน (Navigating Plan) และ (4) ขั้นฟื้นฟูอย่างยั่งยืน (Disaster Restoration) เมื่อนำแผนการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ พบว่าในภาพรวมของแผนการจัดการเรียนรู้มีคุณภาพอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด และเมื่อนำแผนการจัดการเรียนรู้ไปทดลองใช้กับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ผ่านการเรียนรู้ด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน พบว่า ระดับความฉลาดรู้ภัยพิบัติในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก อันเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้ภูมิสารสนเทศพื้นที่ลุ่มน้ำปิงเชียงใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานสามารถส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. โรงเรียนในพื้นที่ที่มีแนวโน้มเกิดภัยพิบัติสามารถนำโมเดล LAND ไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นความรู้เชิงท้องถิ่นและการใช้ภูมิสารสนเทศ (GIS) ในการศึกษาสภาพแวดล้อมของตนเอง ทำให้นักเรียนตระหนักถึงความเสี่ยงและสามารถวางแผนจัดการกับภัยพิบัติได้อย่างเป็นระบบผ่าน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การเรียนรู้ ความตระหนัก การวางแผน และการฟื้นฟู ซึ่งส่งเสริมทั้งทักษะการคิดวิเคราะห์ การทำงานเป็นทีม และการแก้ปัญหาเชิงพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรมีการจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้สำรวจบริบทของพื้นที่จริง และให้นักเรียนได้รับความรู้พื้นฐานของเครื่องมือภูมิสารสนเทศก่อนจะให้ใช้เครื่องมือภูมิสารสนเทศในการสำรวจและวิเคราะห์พื้นที่

3. ควรมีการพัฒนาหลักสูตรการอบรมครูด้านการจัดการเรียนรู้เชิงถิ่นฐานร่วมกับเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ โดยมีการพัฒนาหลักสูตรอบรมครูให้เข้าใจวิธีการประยุกต์ใช้โมเดล LAND ในบริบทของตนเอง โดยเน้นการออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างข้อมูลภูมิสารสนเทศกับการเรียนรู้จากสภาพจริงในชุมชน อันจะช่วยให้ครูสามารถเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษา และเสริมสร้างทักษะในการเตรียมพร้อมรับมือภัยพิบัติให้แก่ นักเรียนในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรพัฒนารูปแบบกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงถิ่นฐาน เพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติของนักเรียนในระดับชั้นอื่น เช่น ระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย หรือระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น
2. ควรมีการออกแบบการวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างโมเดล LAND กับรูปแบบการจัดการเรียนรู้อื่น เช่น การเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) หรือการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา (STEM Education) เพื่อประเมินว่าโมเดลใดสามารถพัฒนาทักษะ ความรู้ และเจตคติของผู้เรียนเกี่ยวกับภัยพิบัติได้อย่างครอบคลุมและยั่งยืนมากที่สุด อันจะช่วยสนับสนุนการเลือกใช้แนวทางที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่
3. ควรมีการวิจัยแบบติดตามผล (longitudinal study) เพื่อประเมินว่าผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ และทักษะจากการเรียนรู้ตามโมเดล LAND ไปปรับใช้ในการรับมือกับสถานการณ์ภัยพิบัติจริงในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ รวมถึงตรวจสอบความต่อเนื่องของการเรียนรู้หลังจากจบกิจกรรม เช่น ความสามารถในการประเมินความเสี่ยงในบริบทที่เปลี่ยนแปลง หรือการเป็นผู้นำชุมชนในการจัดการภัยพิบัติ

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ นาวา และชินทร์ มั่งคั่ง. (2567). การจัดการเรียนรู้วิชาหน้าที่พลเมืองแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคกลุ่มสืบค้น เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองตามวิถีประชาธิปไตยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/2 โรงเรียนสันกำแพง. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 2(2), 36-48.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลางสาระภูมิศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๐) กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้*. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กัณฑ์เอก ปิ่นปัก, ชรินทร์ มั่งคั่ง และนิติกร แก้วปัญญา. (2566). การจัดการเรียนรู้สังคมศึกษาตามวิธีการอนาคตวิทยาเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองยั่งยืน ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนหอพระ. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 2(1). 60-72.
- กาญจนาภรณ์ บุญยัง, วราพร ดอนจันทิก, และ สนิทส วงษา. (2566). การศึกษาด้านแหล่งน้ำเพื่อการจัดการความเสี่ยงน้ำท่วมของกลุ่มน้ำปิง น่าน และเจ้าพระยาเชิงกลยุทธ์. *การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ ครั้งที่ 28*.
- สำนักงานทรัพยากรน้ำ. (2565). *แผนบริหารจัดการน้ำท่าวมลุ่มน้ำปิง*. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2568 จาก <https://division.dwr.go.th>
- อรณิชา ชุมภูศรี, ชรินทร์ มั่งคั่ง, และวรินทร์ สิริพงษ์ณภัทร. (2567). แนวทางการจัดการเรียนรู้ภัยพิบัติศึกษาเพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ภัยพิบัติสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นบริเวณลุ่มน้ำปิง. *วารสารการจัดการยุคใหม่ มหาวิทยาลัยชินวัตร*, 2(4), 102-113.
- ออมสิน จตุพร และอมรรรัตน์ วัฒนาร. (2562). การพัฒนาหลักสูตรประวัติศาสตร์ท้องถิ่นตามแนวคิดการศึกษาอิงถิ่นฐานสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา: กรณีชุมชนลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนบน จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 21(4), 342-356.
- Gruenewald, D. A., & Smith, G. A. (Eds.). (2008). *Place-Based Education in The Global Age: Local Diversity*. New York: Routledge.
- Hoffmann, R., & Muttarak, R. (2017). Learn from the past, prepare for the future: Impacts of education and experience on disaster preparedness in the Philippines and Thailand. *World Development*, 96, 32-51.
- Khadeeja, N., Zahid, Y., & Muhammad, M. (2023). Climate Change and Global Boiling: An Understanding. *Annals of human and social sciences*, 4(3), 857-873.

- Likert R. (1967). *The Method of Constructing an Attitude Scale, Reading in Attitude Theory, and Measurement*. Edited by Martin Fishbein. New York: John Wiley & Sons.
- Matthew, W., Mande, M., Stephanie I. F., & Glen, C. (2023). Learning from the land: Indigenous land-based pedagogy and decolonization. *Decolonization: Indigeneity, Education & Society*, 3(3), 1-15.
- Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st Century. *Health Promotion International*, 15, 259-267.
- Smith, G. A., & Sobel, D. (2010). *Place- And Community-Based Education in Schools*. New York: Routledge.
- United Nations. (2023). *Take Urgent Action TO Combat Climate Change and Its Impacts. Terminology On Disaster Risk Reduction*. United Nations.

**การจัดทำแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกและการจัดการตราสินค้า“ภูมิไทย”
เพื่อส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน**
**Proactive Online Marketing Plan and Brand Management of “Phumthai”
for Community Enterprise Group Promotion, Pang Mu Subdistrict,
Mueang District, Mae Hong Son Province**

เจิมขวัญ รัชชานติ

Jermkhuan Ratchusanti

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Assistant Professor in Business Administration, Chiang Mai Rajabhat University

Corresponding Author; jermkhuan_r@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดจากระบบออฟไลน์ไปสู่การตลาดออนไลน์เชิงรุก (2) การบริหารจัดการตราสินค้า“ภูมิไทย” และสร้างยอดขายจากฐานลูกค้าออนไลน์ (3) เพื่อการจัดทำแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกเพื่อลดต้นทุนด้านการตลาดและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้ตราสินค้า“ภูมิไทย” และ (4) หาแนวทางป้องกันความเสี่ยงทางการตลาดในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มเป้าหมาย คือ คณะกรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 35 คน เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมผ่านการอบรมให้ความรู้ การเขียนแผนการตลาดออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และการมีส่วนร่วมของกลุ่มผ่านการประชุมและเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงแบบประเมินยอดขาย/ลดต้นทุนก่อนและหลังการดำเนินงาน

ผลการวิจัยพบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดออนไลน์เชิงรุกทำให้ต้นทุนต่ำกว่าการตลาดออฟไลน์ โดยเลือกใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม เช่น Face Book, Marketplace, LineOA และ TikTok ผลลัพธ์การบริหารจัดการตราสินค้า “ภูมิไทย” ผ่านการสร้าง Application หรือ Platform ด้วยการอบรมของสมาชิกและได้การจัดทำ Application และ Platform จำนวน 2 แพลตฟอร์มผ่านการจัดทำแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุก ตลอดจนกำหนดอัตลักษณ์ตราสินค้า ด้วยการสื่อสารคุณค่าหลักของตรา “ภูมิไทย” ว่าเป็นตราที่สะท้อนวัฒนธรรมไทยและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ทำให้สร้างยอดขายจากฐานลูกค้าออนไลน์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ส่วนการลดต้นทุนด้านการตลาดและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้ตราสินค้า“ภูมิไทย” พบว่ากลุ่มสามารถลดต้นทุนด้านการตลาดออฟไลน์ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และแนวทางป้องกันความเสี่ยงทางการตลาดในอนาคต ด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการใช้ Application ให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 7 ราย เพื่อสานต่อการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: แผนการตลาดเชิงรุก การตลาดออนไลน์ การจัดการตราสินค้า “ภูมิไทย” การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ABSTRACT

The objectives of the research are 1) to enhance marketing efficiency by transitioning from offline sales to proactive online marketing, 2) to manage the “Phumthai” brand and generate

sales from an online customer base, 3) to create a proactive online marketing plan to reduce marketing costs and promote for community enterprises under the brand name “Phumithai” And 4) Find ways to prevent future marketing risks for the Pang Mu community enterprise group, Mueang District, Mae Hong Son Province. The target group comprises 35 committee members and members of the Phumthai Community Enterprise. The tool is an interview. The research follows a participatory action research approach, incorporating training sessions, online marketing plan development, and data analysis through content analysis and group engagement via meetings and discussion forums with the community enterprise group. Includes sales estimates/cost reduction before and after operations.

The research findings indicate that improving online marketing efficiency reduces costs compared to offline marketing. The study highlights the adoption of suitable online marketing tools, such as Facebook Marketplace, Line OA, and TikTok. Regarding brand management of “Phumthai” the research led to the development of two applications or platforms, a proactive online marketing plan and members training. The brand identity was also established by emphasizing the core value of “Phumthai” as a brand that reflects Thai culture and offers high-quality products made from natural ingredients. These efforts resulted in at least a 30% increase in online sales. Regarding cost reduction and profit maximization, the findings show that the community group successfully reduced offline marketing costs by no less than 10%. The future, technology transfer initiatives were implemented, training seven members of the community enterprise in the use of applications to ensure the continuity and sustainability of the group's operations.

Keywords: Proactive Marketing Plan, Online Marketing, Brand Management of “Phumthai”, Community Enterprise Group

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้า เนื่องจากเป็นกลไกที่ช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านรายได้ การมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชน เพราะวิสาหกิจชุมชนช่วยให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ ลดการพึ่งพารายได้จากภายนอกและช่วยกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจให้ทั่วถึงมากขึ้น อีกทั้งหลายวิสาหกิจชุมชนใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตสินค้าหรือบริการ เช่น งานหัตถกรรม อาหารพื้นเมือง และสมุนไพรไทย ซึ่งช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและสร้างคุณค่าให้กับทรัพยากรในพื้นที่ การรวมกลุ่มในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนทำให้สมาชิกสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ แบ่งปันทรัพยากรและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น การผลิตแบบ Zero Waste หรือการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อลดการนำเข้าวัตถุดิบจากภายนอกชุมชน ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความมั่นคงให้กับสังคมและชุมชนในระยะยาว (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2567) ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ตามท้องถิ่นที่มาจากภูมิปัญญาได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการในชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น แต่อาจจะมีผู้ประกอบการบางรายที่ยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เท่าที่ควร ดังนั้น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์อ่อนด้อยคุณภาพและเน้นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภค (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2565) การพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การที่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่น ซึ่งปัญหาหนึ่งที่พบได้ในเกือบทุกวิสาหกิจชุมชน พบว่ายังมีปัญหาทางด้านของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคการออกแบบผลิตภัณฑ์ จึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ประชากรในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมี 2 กลุ่มใหญ่ คือ 1) คนไทยเชื้อสายไทยใหญ่หรือคนไต เป็นกลุ่มที่อยู่บนพื้นที่ราบ และเป็นประชากรส่วน ใหญ่ของจังหวัด ชาวไทยใหญ่เรียกตัวเองว่า "ไตโหลง" เรียกสั้น ๆ ว่า "ไต" พม่าเรียกว่า "ฉาน" หรือ "ชาน" ชาวไทยใหญ่อพยพมาจากรัฐฉาน ซึ่งเป็นบ้านเมืองเดิมในประเทศพม่าเข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และ 2) ชาวไทยภูเขา ส่วนใหญ่จะอาศัยและประกอบอาชีพอยู่บนพื้นที่สูงมีจำนวนใกล้เคียงกับคนเชื้อสายไทยใหญ่ โดยชาวไทยภูเขาจะอยู่ในทุกอำเภอ มีทั้งหมด 576 กลุ่มบ้าน ประกอบด้วยเผ่าต่าง ๆ ดังนี้ 2.1) กะเหรี่ยง ซึ่งเป็นชนเผ่าที่มีประชากรมากที่สุดของชาวไทยภูเขา 2.2) มูเซอ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ มูเซอแดงและมูเซอดำ 2.3) ลีซอ พบได้ในอำเภอปาย และอำเภอปางมะผ้า 2.4) ลัวะ เป็นกลุ่มชนที่อาศัยในดินแดนล้านนา รวมถึงแม่ฮ่องสอนมาตั้งแต่โบราณ ปัจจุบันชาวลัวะอพยพขึ้นไปอยู่บนพื้นที่ภูเขาสูง ตั้งชุมชนเป็นแนวยาวไปตามสันเขาของพื้นที่แม่ฮ่องสอน 2.5) แม้วหรือม้ง เป็นกลุ่มชาวเขาที่มีประชากรน้อยที่สุดในแม่ฮ่องสอนแต่มีอยู่ทุกอำเภอ 2.6) กะเหรี่ยงคอยาว ปัจจุบันมีอยู่ที่บ้านในสอย บ้านน้ำเพียงดินและบ้านห้วยเสือเผ่า ในเขตอำเภอเมือง และ 2.7) จีนฮ่อ เป็นกลุ่มชาวจีนที่เป็นอดีตทหารกองพล 93 ที่หนีภัยทางการเมืองเข้ามาในประเทศไทย ส่วนใหญ่อยู่ที่อำเภอปาย ปางมะผ้า และเมือง บางแห่งตั้งเป็นชุมชนถาวรมีเฉพาะชาวจีนฮ่อเท่านั้น เช่น หมู่บ้านสันติสุข อำเภอปายและหมู่บ้านแม่ออ อำเภอเมือง ข้อมูลโดยรวมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนเมื่อประเมินศักยภาพแล้วมีจำนวน 358 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 92.99 (ของจำนวนที่จดทะเบียน) โดยแยกเป็น ระดับดี 60 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.75 (ของจำนวนที่ประเมินฯ) ระดับปานกลาง 213 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 59.50 (ของจำนวนที่ประเมินฯ) ระดับปรับปรุง 75 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.95 (ยงยุทธ อ่อนอุระ, 2567) อีกทั้งปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจโดยรวม คือ ขาดความรู้ทางการตลาด โดยเฉพาะแผนการตลาดและผลิตภัณฑ์มีตราสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควรส่งผลให้ไม่พอใจผู้บริโภคเท่าที่ควร (มานพ ชุ่มอุ่น และคณะ, 2567)

ปัจจุบันการตลาดออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจทุกระดับ โดยเฉพาะธุรกิจวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการขยายตลาดและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล แปรนด์ "ภูมิไทย" ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นหนึ่งในตราสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทยและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การขาดแผนการตลาดออนไลน์ที่ชัดเจน อาจทำให้ตราสินค้าไม่ได้รับการรับรู้ในวงกว้างและเสียโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าที่มีความแตกต่างที่ไม่เหมือนใคร ผู้บริโภคจะมีความคิดการรับรู้ความเข้าใจและเข้าถึงผลิตภัณฑ์กันคนละแบบ แต่ถ้ามองในรายบุคคลก็ยังคงมี มุมมองที่แต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน ผู้บริโภคส่วนมากจะมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อฉะนั้น รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อได้ (มณฑล กปิลกาญจน์, 2567) งานวิจัยนี้จึงมุ่งวิเคราะห์แนวทางการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมกับบริบทของแบรนด์ "ภูมิไทย" รวมถึงกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศ การศึกษานี้จะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถใช้สื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความยั่งยืนให้กับแบรนด์ในระยะยาว เนื่องจากวิสาหกิจชุมชน "ภูมิไทย" มีทุนและทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งสามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถต่อยอดไปถึงการสร้างรายได้รูปแบบอื่นภายในชุมชน ซึ่งในปีที่ผ่านมากลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีรายได้รวมเฉลี่ย 25,000 บาทต่อเดือน แต่กลุ่มยังมีเป้าหมาย/ความต้องการในการเพิ่มรายได้และลดรายจ่ายด้วยการลดต้นทุนการดำเนินงาน นอกเหนือจากประโยชน์ที่ได้จากการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังถือเป็นการยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์โดยมุ่งหวังสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงชาวบ้านในชุมชนช่วยกันสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เกิดมาตรฐานให้เป็น

ที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการบริโภคสินค้าไทย ถือว่าเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ควบคู่กับการนำรายได้ให้กับคนที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนภายในชุมชนที่ผ่านมา ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกและการจัดการตราสินค้า เพื่อสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านแนวทางการเพิ่มรายได้และลดรายจ่ายของกลุ่ม โดยเฉพาะการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า ความเป็นเอกลักษณ์ที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางความรู้สึกและคุณค่าทางจิตใจแก่ผู้บริโภคได้ ผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นตัวสร้างแรงกระตุ้นให้กับผู้ซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดจากระบบออนไลน์ไปสู่การตลาดออนไลน์เชิงรุกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. เพื่อศึกษาการจัดการตราสินค้า “ภูมิไทย” และสร้างยอดขายจากฐานลูกค้าออนไลน์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน
3. เพื่อจัดทำแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกในการลดต้นทุนด้านการตลาดและเพิ่มกำไรส่วนเพิ่มให้กับธุรกิจภายใต้ตราสินค้า “ภูมิไทย” ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดแผนการตลาดออนไลน์

Kotler et al. (2021) นิยามว่าแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุก คือ แนวทางเชิงกลยุทธ์ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นปัจจุบัน เพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้บริโภค การตลาดออนไลน์เชิงรุกเป็นส่วนสำคัญของการตลาดยุคใหม่ ซึ่งมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยี เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด รวมถึง Ryan (2020) สนับสนุนว่าแผนการตลาดออนไลน์ คือ กลยุทธ์ที่ธุรกิจใช้เพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ อีเมลและแพลตฟอร์มโฆษณาออนไลน์ เป้าหมายของแผนนี้ คือการเพิ่มการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและเพิ่มยอดขายผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Ryan, 2020)

องค์ประกอบหลักของแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุก ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ตลาดและกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการศึกษาค้นคว้าความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า 2) การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives) ด้วยการเพิ่มยอดขายหรือการสร้างความผูกพันของตราสินค้า (Brand Engagement) 3) กลยุทธ์การใช้ช่องทางดิจิทัล ด้วยการสร้างความต่างผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น SEO, Content Marketing, Social Media Marketing และ Email Marketing และ 4) การวัดผลและการปรับปรุงแผนการตลาด โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ เช่น Google Analytics และ Social Media Insights เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานทางการตลาด (Kotler et al., 2021) การตลาดออนไลน์มีความสำคัญอย่างมากในยุคดิจิทัล เนื่องจากช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขึ้นและวัดผลได้อย่างแม่นยำ ต้นทุนต่ำกว่าการตลาดแบบดั้งเดิม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและแม่นยำ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการสื่อสารและตอบสนองลูกค้าได้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน (Chaffey, & Smith, 2022)

แนวคิดการจัดการตราสินค้า

แนวคิดของ Keller (2013) นำเสนอว่า การจัดการตราสินค้า หมายถึง กระบวนการวางแผน พัฒนาและควบคุมตราสินค้าให้สามารถสร้างคุณค่าและความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์และ

ความสัมพันธ์ที่ตีระหว่างตราสินค้ากับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการรักษาความภักดีของลูกค้า การจัดการตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มมูลค่าตราสินค้า (Brand Equity) และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด

การจัดการตราสินค้ามีความสำคัญในด้านการสร้างความแตกต่าง เพราะทำให้ตราสินค้าโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มคุณค่าตราสินค้า เพราะช่วยให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าและประโยชน์ของแบรนด์ เสริมสร้างความภักดีของลูกค้า เนื่องจากการจัดการที่ดีทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและเลือกใช้ตราสินค้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังช่วยเพิ่มผลกำไร เพราะตราสินค้าที่แข็งแกร่งสามารถตั้งราคาสูงขึ้นและลดต้นทุนการตลาดในระยะยาว ท้ายที่สุดนำมาซึ่งการขยายโอกาสทางธุรกิจ ทำให้สามารถขยายผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ภายใต้ตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Keller, 2013)

องค์ประกอบของการจัดการตราสินค้ามีกระบวนการดังนี้ 1) การวางตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning) ด้วยการกำหนดภาพลักษณ์และจุดขายของตราสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย 2) การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) รวมถึงชื่อ โลโก้ สโลแกน สี และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ทำให้ตราสินค้าเป็นที่จดจำของผู้บริโภค 3) การสื่อสารตราสินค้า (Brand Communication) ด้วยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและช่องทางการสื่อสารเพื่อเข้าถึงลูกค้า 4) การบริหารประสบการณ์ตราสินค้า (Brand Experience) โดยมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีผ่านการให้บริการและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ 5) การวัดผลและปรับกลยุทธ์ตราสินค้า (Brand Performance & Evaluation) ด้วยการใช้เกณฑ์วัดต่างๆ เช่น การรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) และความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) เพื่อปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม (Aaker, 1996)

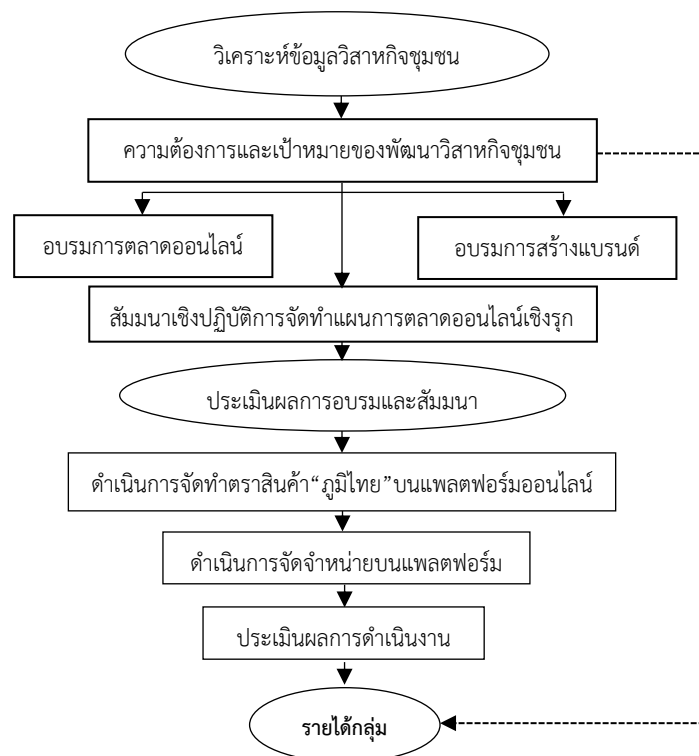
แนวคิดวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้คำนิยามคำว่า “วิสาหกิจ ชุมชน” หมายถึง การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งพาตนเองและเน้นความพอเพียงในครอบครัวและชุมชน (กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2567) ทุนในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงินเท่านั้น แต่รวมถึงทรัพยากร ผลิตผล องค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคม สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2568) ได้นิยามว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน งานวิจัยของลักขณาอินทร์บึง ภูวนิดา คุณผลิน และ พจ ตู๊พจ (2564) ได้สรุปว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าได้และขายเป็นวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ฉะนั้นการให้บริการหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันและวิถีชีวิตร่วมกันรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

หลักการของวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งในภาพรวมแล้วยังอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า แต่มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น ซึ่งงานวิจัยของชมภูณัฐ หุ่นนาค และคณะ (2568) นำเสนอว่า แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนจำแนกได้ 6 ด้าน คือ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านการผลิต 3) ด้านการตลาด 4) ด้านการบริหารกลุ่ม 5) ด้านแรงงาน และ 6) ด้านการประสานความร่วมมือ ซึ่งจำนวนทั้ง 6 ด้านข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คนในชุมชนร่วมกันเรียนรู้และสร้างความเข้าใจในสาเหตุของปัญหาและหาแนวทางแก้ปัญหาด้วยตนเอง รวมถึงงานวิจัยของอัจฉราวรรณ สุขเกิด (2565) สรุปว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมไทยมีการประกอบการอย่างจริงจัง การดำเนินธุรกิจสามารถพัฒนาอาชีพการทำขนมจนประสบความสำเร็จมานานกว่า 20 ปีสามารถช่วยสร้างงาน

สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ทำให้ความเป็นอยู่ของเพื่อนสมาชิกดีขึ้น การดำเนินธุรกิจมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ให้เหมาะสมและดูทันสมัย แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยรูปลักษณ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ เอกลักษณ์และตราสินค้า แนวทางการตลาดผ่านระบบสารสนเทศ ประกอบด้วยราคา การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นการพึ่งพาตนเองและการใช้ทรัพยากรชุมชนอย่างสร้างสรรค์ หลักการสำคัญมุ่งเสริมสร้างความเข้มแข็งผ่านการจัดการด้านการเงิน การผลิต การตลาดและการจัดการกลุ่ม ทั้งนี้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องบูรณาการองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีสมัยใหม่และตราสินค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังกรอบแนวคิดการวิจัย ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ด้วยการกำหนดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีความต้องการในการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดจากระบบออฟไลน์ไปสู่การตลาดการขายออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการเติบโต โดยการกำหนดกิจกรรมดังนี้

กิจกรรมที่ 1 การจัดอบรมการตลาดออนไลน์เชิงรุก โดยวิทยากร คือ ผศ.ดร.ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ จากมหาวิทยาลัยพายัพ และนายเจษฎา มีผล นักการตลาดอิสระ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางการตลาด โดยหัวข้อการอบรม คือ “การตลาดออนไลน์ในโลกปัจจุบัน” และ “การเลือกใช้เครื่องมือทำการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม” โดยมีกลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วม จำนวน 10 คน หลังจากนั้นทำการประเมินผลความรู้และการปฏิบัติผ่านแพลตฟอร์มที่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ร่วมกันวางแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกที่ได้สร้างขึ้นมา โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดจากระบบออฟไลน์ไปสู่การตลาดออนไลน์เชิงรุกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรมที่ 2 การจัดอบรมการสร้างตราสินค้า“ภูมิไทย” โดยวิทยากร คือ นาย เจษฎา มีผล ผ่านระบบออนไลน์ให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 15 คน หลังจากนั้นทำการประเมินผลความรู้ผ่านการปฏิบัติและการสร้างตราสินค้า“ภูมิไทย” ให้กับสินค้าจำนวน 2 ประเภท คือ ป๊อปคอร์น“ดอยภูมิไทย” และกล้วยเสียบแห้ง “ภูมิไทย”

กิจกรรมที่ 3 สัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อจัดทำแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 35 คน

กิจกรรมที่ 4 หลังจากดำเนินการกิจกรรมที่ 1, 2 และ 3 แล้ว คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมาร่วมกันสรุปผลการดำเนินงานและจัดทำ Homepage Our Product, Contact รวมถึงเรื่องราวของสินค้าจำนวน 2 ประเภท คือ ป๊อปคอร์น “ดอยภูมิไทย” และกล้วยเสียบแห้ง “ภูมิไทย” โดยใช้เวลา 6 เดือน โดยมีเป้าหมายเพื่อจัดการตราสินค้า“ภูมิไทย” และสร้างยอดขายจากฐานลูกค้าออนไลน์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรมที่ 5 ดำเนินการประเมินผลประกอบการ (Performance) ด้วยคณะกรรมการกลุ่มและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยตนเองในด้านการตลาด ด้านการผลิตและบริการ ด้านการเงิน ด้านพนักงานและด้านการดำเนินงานด้านสังคม ซึ่งเป็นแบบประเมินของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่

กิจกรรมที่ 6 ดำเนินการลดต้นทุนด้านการตลาดและหาแนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้ตราสินค้า“ภูมิไทย” และหาแนวทางป้องกันความเสี่ยงทางการตลาดในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้วยการจัดทำแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกในการลดต้นทุนด้านการตลาดและเพิ่มกำไรส่วนเพิ่มให้กับธุรกิจภายใต้ตราสินค้า“ภูมิไทย” ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู

กิจกรรมที่ 7 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกันสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวม ตามวัตถุประสงค์และรายงานผลการวิจัย หลังจากนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและนักวิจัยร่วมกันทบทวนผลลัพธ์ของกิจกรรมทั้งหมดว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และมีการสรุปผลร่วมกัน

ดังนั้น การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งมีจำนวนสมาชิกกลุ่มที่ซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมไม่เท่ากัน เพราะมีการคัดเลือกตามบทบาทและตำแหน่งหน้าที่ของสมาชิกและความสนใจของสมาชิกเป็นรายคนที่ต้องการจะเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ สำหรับเครื่องมือวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างแบบประเมิน การระดมสมองและการสนทนากลุ่มเพื่อร่วมกันเสนอความคิดเห็นและแนวคิดในการดำเนินกิจกรรม โดยผู้วิจัยมีการตรวจสอบค่า IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.87-1.00 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการรวบรวมข้อมูลและจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา รวมถึงสรุปผลลัพธ์ของกิจกรรมจำนวน 7 ครั้ง

สรุปผลการวิจัย

1. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดจากระบบออฟไลน์ไปสู่การตลาดออนไลน์เชิงรุก

คณะกรรมการกลุ่มและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ดำเนินการอบรมการตลาดออนไลน์เชิงรุก จำนวน 1 วัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการทำตลาดออนไลน์ให้สามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล หัวข้อการอบรมครอบคลุมแนวทางการสร้างตราสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มยอดขาย การทำโฆษณาออนไลน์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนเทคนิคการสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจและตรงกลุ่มเป้าหมาย หลังจากนั้นกลุ่มสมาชิกได้ร่วมกันวางแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกได้ จำนวน 1 ระบบ ตลอดจนผู้เข้าร่วมอบรมได้รับความรู้และแนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้จริงในการพัฒนาการตลาดออนไลน์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอนาคตจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางธุรกิจและเพิ่มโอกาสทางการขายให้แก่คนชุมชนและเครือข่ายภายนอกต่อไป ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การอบรมการตลาดออนไลน์เชิงรุก

2. การจัดการตราสินค้า “ภูมิไทย” และสร้างยอดขายจากฐานลูกค้าออนไลน์

คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ทำการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การจัดการตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์” จำนวน 1 วัน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยการพัฒนาตราสินค้า เนื่องจากตราสินค้าเป็นตัวแทนของเอกลักษณ์ ความน่าเชื่อถือและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ส่งถึงผู้บริโภค การออกแบบตราสินค้าให้ชัดเจนและจดจำได้ง่ายช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง อีกทั้งยังเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีของลูกค้า ในขณะเดียวกันฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค เช่น ส่วนประกอบ วิธีใช้ คุณประโยชน์และมาตรฐานความปลอดภัยหากฉลากมีความดึงดูดและออกแบบให้เหมาะสมกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ย่อมช่วยเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีความเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของสินค้ายังช่วยเสริมภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้ดูน่าเชื่อถือมากขึ้น หลังจากได้รับความรู้และการลงมือปฏิบัติผ่านการอบรมการสร้างตราสินค้า “ภูมิไทย” กลุ่มวิสาหกิจได้ทำการพัฒนาตราสินค้า “ภูมิไทย” โดยมีการเปรียบเทียบก่อน-หลัง ดังนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบก่อนรับคำปรึกษา-หลังรับคำปรึกษาเพื่อแสดงข้อมูลของการพัฒนาตราสินค้า

ประเด็น	ก่อนรับคำปรึกษา	หลังรับคำปรึกษา
ความแตกต่าง		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ประเด็น	ก่อนรับคำปรึกษา	หลังรับคำปรึกษา
แนวคิดการพัฒนาราสินค้า	ผู้ประกอบการมีแนวคิดการพัฒนาราสินค้าจากแนวคิดของตนเองและความคิดเห็นจากสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจ ทำให้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและคล้ายกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในท้องตลาด	ผู้ประกอบการมีแนวคิดการพัฒนาราสินค้าจากพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือกลุ่มลูกค้า 1) ใช้สัญลักษณ์รูปหัวใจแสดงออกถึงความรักที่ผลิตภัณฑ์ส่งมอบให้ลูกค้า 2) ใช้สีทอโปร่งบอกถึงสิ่งที่มีคุณค่าน่าลิ้มลอง 3) เปลี่ยนสระอูให้อ่านได้ง่ายขึ้นและไม่ซ้อนทับเหมือนรูปแบบเดิม เป็นการปลดปล่อยพันธนาการเพื่อให้ตราสินค้าเป็นอิสระและมีความสดใสมากขึ้น
ศักยภาพทางการตลาด	การวางแผนการตลาดแบบ Mass Market โดยตราสินค้าภูมิไทย มักจะถูกรู้จักในนามของผลิตภัณฑ์ KBO อันดับ 8 ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ส่งผลทำให้ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีความเป็นท้องถิ่น เอกลักษณ์โดดเด่นในพื้นที่และอัตลักษณ์ของการจดจำไม่มากนัก	การวางแผนการตลาดแบบ Selected Market โดยเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ และเป็นวัตถุดิบ GI ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยเน้นที่กลุ่มผู้บริโภค Gen Y ที่มีกำลังซื้อเป็นหลัก
ความสามารถในการใช้งานตราสินค้า	สถานประกอบการมีความรู้ ความสามารถ และทักษะเพียงพอต่อการพัฒนาราสินค้า เพื่อสร้างการรับรู้	การเชิญชวนให้เป็นสมาชิก และให้เป็นสาวกในอนาคตผ่านแพลตฟอร์ม

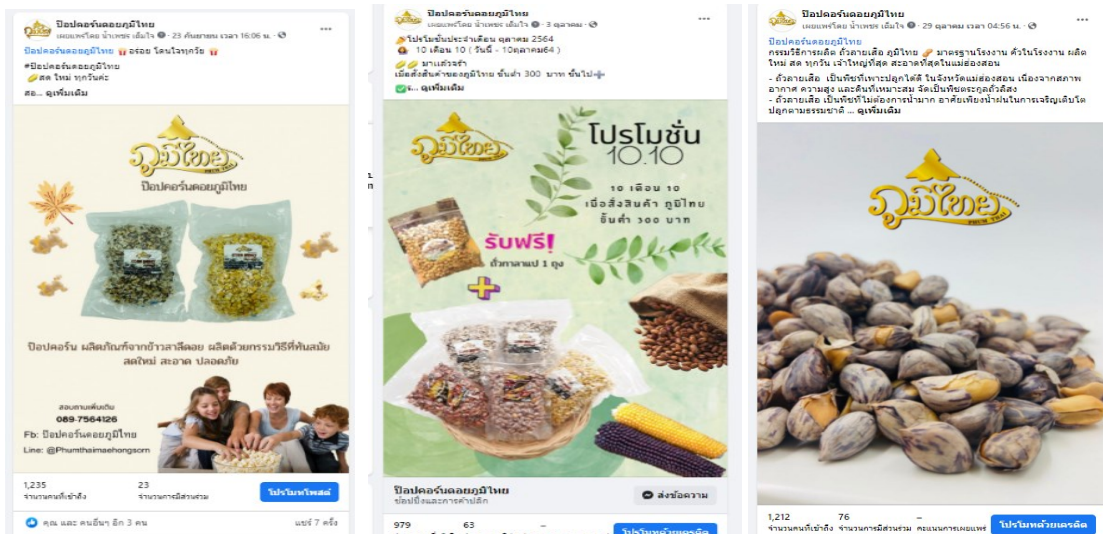
นอกจากนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมีการพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพราะฉลากที่ออกแบบมานั้นต้องมีเอกลักษณ์และดึงดูดสายตาช่วยให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ทำให้ลูกค้าสนใจและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น การสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของตราสินค้า โดยเฉพาะการออกแบบฉลากที่สอดคล้องกับแบรนด์ช่วยให้ลูกค้าเกิดการจดจำผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และเสริมสร้างความภักดีต่อตราสินค้าในระยะยาว ฉลากช่วยให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดที่สำคัญ เช่น ส่วนประกอบ วิธีใช้ วันหมดอายุ และมาตรฐานคุณภาพ ซึ่งส่งผลต่อความมั่นใจในการเลือกซื้อ ดังข้อมูลตารางที่ 2 การเปรียบเทียบก่อนรับคำปรึกษา-หลังรับคำปรึกษาเพื่อแสดงข้อมูลของการพัฒนาฉลากสินค้า

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบก่อนรับคำปรึกษา-หลังรับคำปรึกษาเพื่อแสดงข้อมูลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ประเด็น	ก่อนรับคำปรึกษา	หลังรับคำปรึกษา
ความแตกต่าง		
แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากแนวคิดที่ต้องการใส่รายละเอียดให้ครบถ้วน และให้ครอบคลุมสัญลักษณ์การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทุกอย่าง ทำให้ฉลากบรรจุภัณฑ์ดูเนื้อหาค่อนข้างแน่น และอัดไปด้วยข้อมูล และใช้ Mood & Tone สีค่อนข้างเข้ม ทำให้ดูเคร่งขรึมเข้าถึงยาก	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือกลุ่มลูกค้าอย่างแท้จริง โดยเน้นที่ 1) ใส่รูปสินค้าลงไปในฉลากเพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องคาดเดาว่าข้างในของจะมีอะไร 2) ใส่ส่วนประกอบหรือรายละเอียดเท่าที่จำเป็น และถูกต้องตามหลัก อย. เท่านั้น เพื่อไม่ให้ข้อมูลแน่นเกินไปบนฉลาก 3) ใช้ Info graphic ทำเป็น Mascot เพื่อให้ลูกค้าจดจำชื่อตราสินค้า “ภูมิไทย”

3. การลดต้นทุนด้านการตลาดและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้ตราสินค้า “ภูมิไทย”

การลดต้นทุนด้านการตลาดและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้ตราสินค้า “ภูมิไทย” สามารถทำได้โดยใช้กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและคุ้มค่าต่อการลงทุน ด้วยการใช้องค์ทางการตลาดออนไลน์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่ายแต่มีเอกลักษณ์ การพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุจากท้องถิ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถลดต้นทุนการผลิตและยังสร้างจุดขายให้กับสินค้าได้ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ดำเนินการสร้างเว็บไซต์ของกิจการ ชื่อเว็บไซต์ <https://www.tigerstripepeanutmaehongson.com> ได้รับการเผยแพร่เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งกิจการสามารถดำเนินการใช้ได้อย่างเป็นปกติ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 Homepage ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

หลังจากนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ทำการประเมินตนเองหลังจากที่ได้รับการอบรมในกิจกรรมที่ 1,2,3 เรียบร้อยแล้ว และทำการประเมินตนเองเพื่อหาประสิทธิภาพด้านการตลาดจากระบบออฟไลน์ไปสู่การตลาดออนไลน์เชิงรุก โดยมีจำนวนครั้งของการเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ในส่วนของเฟสบุ๊ค จำนวน 4532 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.80 และอินสตราแกรม จำนวน 299 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 579.5 ดังภาพที่ 4 รวมถึงหาแนวทางการลดต้นทุนด้านการตลาดและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้ตราสินค้า “ภูมิไทย” คือ ทำให้เกิดการประหยัดงบประมาณของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ไม่ต้องมีค่าตอบแทนทางการตลาดให้กับสมาชิก แต่ทุกคนได้เข้ามาประชุม การแสดงความคิดเห็น และร่วมมือในการปฏิบัติการทำ Homepage ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังภาพที่ 5 การประเมินผลประกอบการด้วยคณะกรรมการกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม



ภาพที่ 4 แสดงจำนวนครั้งของการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่องทาง



ภาพที่ 5 การประเมินผลประกอบการ

4. หาแนวทางป้องกันความเสี่ยงทางการตลาดในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู มีแนวทางป้องกันความเสี่ยงทางการตลาดในอนาคต ด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการใช้ Application ผ่านการตลาดออนไลน์ ให้กับสมาชิกจำนวน 7 ราย ที่มีหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการตลาดรวมถึงสมาชิกที่มีความต้องการจะอยู่ฝ่ายปฏิบัติการทางการตลาดในอนาคต ซึ่งต้องมีความรู้ในการใช้ Application ของแพลตฟอร์มการตลาด เพื่อเพิ่มทักษะในการจัดการช่องทางจำหน่าย การโปรโมตสินค้าและการบริหารลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพราะการใช้แอปพลิเคชันช่วยให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถบริหารสต็อกสินค้า รับคำสั่งซื้อสินค้าและสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยลดต้นทุนด้านการตลาดและขยายโอกาสทางการค้าสู่ตลาดออนไลน์ระดับประเทศและต่างประเทศ การถ่ายทอดเทคโนโลยีนี้จะช่วยให้สมาชิกสามารถสานต่อการดำเนินงานของกลุ่มได้อย่างต่อเนื่องและแข่งขันได้ในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดจากระบบออนไลน์ไปสู่การตลาดการขายออนไลน์เชิงรุก พบว่าคณะกรรมการกลุ่มและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ดำเนินการอบรมสัมมนาการตลาดออนไลน์เชิงรุก จำนวน 1 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการทำตลาดออนไลน์ให้สามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล หัวข้อการอบรมครอบคลุมแนวทางการสร้างตราสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ มีการทำ SWOT Analysis การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มยอดขาย การทำโฆษณาออนไลน์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนเทคนิคการสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจและตรงกลุ่มเป้าหมาย ผลของการจัดทำแผนการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มสมาชิกได้ร่วมกันวางแผนการตลาดออนไลน์เชิงรุกได้ จำนวน 1 ฉบับ มีการวิเคราะห์ตลาดและผู้บริโภค มีการตั้งเป้าหมายทางการตลาด การมีการเลือกใช้ช่องทางดิจิทัลที่เหมาะสม วัดผลได้เชิงรูปธรรมและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง สามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน และเพิ่มโอกาสในการขายผ่านการใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น อีคอมเมิร์ซ โฆษณาออนไลน์ และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Zou (2024) วิเคราะห์ผลกระทบของอีคอมเมิร์ซต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศจีน พบว่าการผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยธุรกิจออฟไลน์อยู่รอดและเติบโตในตลาดที่มีการแข่งขันสูง รวมถึงงานวิจัยของ Putra (2024) ได้เน้นถึงกลยุทธ์การตลาด O2O (Online-to-Offline) ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงระหว่างโลกออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างราบรื่น ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นและสร้างความภักดีให้กับลูกค้า งานวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนไปใช้การตลาดออนไลน์เชิงรุกช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ลดข้อจำกัดของธุรกิจแบบออฟไลน์ และเพิ่มโอกาสในการเติบโตในยุคดิจิทัล

2. การบริหารจัดการตราสินค้า “ภูมิไทย” และสร้างยอดขายจากฐานลูกค้าออนไลน์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ทำการวางแผนในการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การจัดการตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์” จำนวน 1 วัน ผลการวิจัยพบว่าตราสินค้าทำให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น หลังจากได้รับความรู้และการลงมือปฏิบัติผ่านการอบรมการสร้างตราสินค้า “ภูมิไทย” กลุ่มวิสาหกิจได้ทำการพัฒนาตราสินค้า “ภูมิไทย” โดยมีการเปรียบเทียบก่อน-หลัง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมีการพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพราะฉลากที่ออกแบบมานั้นต้องมีเอกลักษณ์และดึงดูดสายตาช่วยให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ทำให้ลูกค้าสนใจและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะการออกแบบฉลากที่สอดคล้องกับแบรนด์ช่วยให้ลูกค้าเกิดการจดจำผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และเสริมสร้างความภักดีต่อตราสินค้าในระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิดของ Keller (2013) นำเสนอว่า การจัดการตราสินค้าเป็นการสร้างคุณค่าและความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างตราสินค้ากับลูกค้า

ผลการวิจัยนี้ยังมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยของ Harti et al. (2024) พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการจดจำง่ายขึ้นและเพิ่มยอดขายมากขึ้น รวมถึงงานวิจัยของ Pertiwi et al. (2024) พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแบรนด์ช่วยให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่จดจำ และสามารถเพิ่มศักยภาพทางการตลาดได้ และสัมพันธ์กับงานวิจัยของ Saleh et al. (2024) ศึกษาการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน Galo-Galo เพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้า พบว่าการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้ ซึ่งงานวิจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าการฝึกอบรมและพัฒนาการออกแบบตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น เพิ่มการจดจำแบรนด์และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3. ผลการลดต้นทุนด้านการตลาดและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้ตราสินค้า “ภูมิไทย” พบว่าทำให้เกิดการประหยัดงบประมาณทางการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเดือนละ 50,000 บาท เนื่องจากไม่ต้องจ้างสมาชิกกลุ่มและไม่ต้องมีค่าตอบแทนทางการตลาดให้กับสมาชิก แต่ทุกคนได้เข้ามาประชุมพูดคุยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันการแสดงความคิดเห็นและร่วมมือในการปฏิบัติการทำ Homepage ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังที่สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2568) ได้สรุปว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของสมาชิกภายในชุมชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวด้วยการประยุกต์ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของวัลลภา อันธิกาและพัฒนา ทิพย์จันทร์ (2563) สรุปว่าการลดต้นทุนต้องมีการคำนึงถึงกลยุทธ์ 4 C's ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

4. หาแนวทางป้องกันความเสี่ยงทางการตลาดในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู มีแนวทางป้องกันความเสี่ยงทางการตลาดในอนาคต ด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการใช้ Application ผ่านการตลาดออนไลน์ ให้กับสมาชิกจำนวน 7 ราย เพื่อเพิ่มทักษะในการจัดการช่องทางจำหน่าย การโปรโมตสินค้าและการบริหารลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เนื่องจากมีประโยชน์อย่างมากในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ลดความเสี่ยงทางการตลาด และเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ โดยกลุ่มวิสาหกิจได้มีการเพิ่มกำไรขึ้นมาร้อยละ 10 จากแบบประเมินผลของกลุ่มเมื่อผ่านการจัดทำตลาดออนไลน์เชิงรุก ซึ่งผลลัพธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ferdiansyah et al. (2024) สรุปว่าการใช้การตลาดดิจิทัลช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้น ลดข้อจำกัดด้านสถานที่และเพิ่มยอดขายได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ Rosyidah และ Warisaji (2024) ได้เน้นย้ำถึงผลกระทบของการฝึกอบรมด้านดิจิทัลที่ช่วยให้ผู้ประกอบการขนาด

เล็กมีความเข้าใจเกี่ยวกับการทำตลาดออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้การเข้าถึงลูกค้าเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 90 หลังจากมีการอบรม

สรุปได้ว่าการยกระดับกลยุทธ์การตลาดจากออฟไลน์ไปสู่การตลาดออนไลน์เชิงรุกเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้สามารถช่วยเพิ่มการรับรู้และขยายฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการบริหารจัดการตราสินค้า “ภูมิไทย” ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาดออนไลน์และสร้างยอดขายอย่างต่อเนื่องจากกลุ่มลูกค้าใหม่และลูกค้าดั้งเดิม การปรับกลยุทธ์นี้ยังส่งผลให้สามารถลดต้นทุนด้านการตลาดได้ เนื่องจากการใช้เครื่องมือออนไลน์ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ และอีคอมเมิร์ซ ช่วยให้การโฆษณามีประสิทธิภาพมากขึ้นในงบประมาณที่ต่ำกว่าการตลาดแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้ตราสินค้า “ภูมิไทย” ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถแข่งขันได้ในตลาดกว้างขวางมากขึ้นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม เพื่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว การหาแนวทางป้องกันความเสี่ยงทางการตลาดในอนาคตจึงเป็นสิ่งจำเป็น เช่น การกระจายช่องทางจำหน่ายให้หลากหลาย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับวิสาหกิจอื่น ๆ และการใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเติบโตอย่างมั่นคงและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ควรมีการวิเคราะห์ขีดความสามารถและข้อจำกัดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพราะการพัฒนาแผนการตลาดต้องคำนึงถึงศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น ทักษะด้านดิจิทัล ความสามารถในการผลิตและการบริหารโลจิสติกส์ หากขีดความสามารถของกลุ่มยังมีข้อจำกัด ควรมีแผนพัฒนาหรืออบรมเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2. ด้านนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานการเกษตรที่เกี่ยวข้อง ควรมีการจัดอบรมออกแบบกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม โดยเฉพาะการพิจารณาการใช้แพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพ เช่น Social Media, E-commerce, และเว็บไซต์ เพื่อขยายช่องทางจำหน่าย รวมถึงการพัฒนาเนื้อหาการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ เพื่อให้สามารถวางกลยุทธ์การตลาดที่ตอบโจทย์และเพิ่มโอกาสทางการขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3. ด้านการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการพัฒนากลยุทธ์สร้างตราสินค้าอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการสร้างตราสินค้า “ภูมิไทย” ให้เป็นที่รู้จักและจดจำได้ จำเป็นต้องมีแผนการจัดการตราสินค้าที่ชัดเจน เช่น การออกแบบโลโก้ ฉลากบรรจุภัณฑ์ การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า และการสื่อสารตราสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและสร้างความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

รายการอ้างอิง

- กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2567). พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก <http://www.sceb.doae.go.th/law.htm>
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2567). วิสาหกิจชุมชน. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2567 จาก <http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm>

- ชมภูณัฐ หุ่นนาค ปภาวดี มนต์รีวัต และวิพร เกตุแก้ว. (2563). แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชน: ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสาอำเภอไทรโยคจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน*, 13(2), 21-53.
- มณฑล กปิลกาญจน์. (2567). พฤติกรรมการบริโภคยุคใหม่กับความท้าทายปรับตัวของธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2024jun06.html>
- มานพ ชุ่มอุ่น, แววรรณ ละอองศรี, วรัญญา ละอองศรี, ปวีณา แดงวิรุฬห์, ศิรสา สอนศรี, อาชวิน ใจแก้ว, จุฑาลักษณ์ สายแปง และพัทธ์สิริ สุวรรณภิรมย์. (2567). การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านตราสินค้า เรื่องเล่าอัตลักษณ์และโมเดลธุรกิจของตำบลป่าเมี่ยง อำเภอดอยสะเก็ดจังหวัดเชียงใหม่, *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 6(3), 234-251.
- ยงยุทธ อ่อนอุระ. (2567). สถานการณ์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2567 จาก <http://www.sceb.doae.go.th>.
- ลักขณา อินทร์บึง, ภูวนิดา คุณผลิน และพจ ตูพจ. (2564). การจัดการสู่ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(3), 234-251.
- วัลลภา อันธิกา และพัฒนา ทิพย์จำนงค์. (2563). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลท่าข้าม. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://riss.rmuts.ac.th>
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2565). *แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและพลาสติกไร้เชื้อเพลิง*. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2567 จาก https://opac.tistr.or.th/Multimedia/STJN/2022-3702/tistr-stjn_3702-ebook.pdf
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2568). *วิสาหกิจชุมชนน่ารู้*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก <http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm>
- อัจฉราวรรณ สุขเกิด. (2565). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดผ่านระบบสารสนเทศของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมไทย หมู่ที่ 6 ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 24(1), 65-76.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Taylor & Francis.
- Ferdiansyah, R. (2025). Analysis of the Influence of Creative Industries on Economic Growth Indonesia Urban Areas. *Journal of Regional Economic Studies*, 1(1), 1-12.
- Harti, A. O. R., Marina, I., Sujadi, H., Fahrudin, M., & Fitria, A. N. (2024). Effective packaging design as an empowerment strategy for household MSMEs: A participatory learning and action approach. *Unram Journal of Community Service*, 5(2), 114-118.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.

- Pertiwi, A. B., Budiman, B., Farid, R., & Firdaus, M. (2024). Exploring Branding and Packaging Design for Small Businesses in Parongpong. *Terob: Jurnal Pengkajian Dan Penciptaan Seni*, 15(1), 30–36.
- Putra, A. H. P. K. (2024). Learning from the Past Bridging Digital and Physical Markets: A Guidelines for Future Research Agenda of Online-to-Offline (O2O) Marketing Strategy. *International Review of Management and Marketing*, 14(3), 82–96.
- Rosyidah, U. A., & Warisaji, T. T. (2024). Pelatihan Digital Marketing dan Optimasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM. *Journal of Community Development*, 5(2), 258–266.
- Ryan, D. (2020). *Digital Marketing: Strategic Planning & Integration*. Kogan Page.
- Saleh, H., Zulfikram, Z., Sibua, A., Burahim, R., Tikilo, E. P., & Jainal, D. (2024). Redesain kemasan dalam meningkatkan brand awareness produk unggulan Desa Galo-Galo. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 1(6), 08–16.
- Zou, W. (2024). E-commerce and the Transformation of Offline Retail in China: Based on the Perspective of Sales Model Transformation. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 125, 35-42.

การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอค่ายบางระจัน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี
Academic Administration of School Administrators in Khai Bang Rachan
District, Singburi Primary Educational Service Area Office

นันทวิทย์ มหาพงษ์^{1*} และ จุติพัฒน์ หิรัญนิธินารัง²

Nantawit Mahapong^{1*} and Thitiphat Hirannititamrong²

^{1*} นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ สาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกริก

^{1*} Master's degree student, Educational Administration, Krirk University

² Lecturer, Department of Educational Administration, Krirk University

*Corresponding Author; sobkrudotcom@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอค่ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี และ 2) เปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอค่ายบางระจันสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารสถานศึกษา รองผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอนในอำเภอค่ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี ประจำปีการศึกษา 2566 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอค่ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการนิเทศการศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการวัดผลประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนรู้ 2) ผลการเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอค่ายบางระจันสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จำแนกตามวุฒิการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การบริหารงานวิชาการ, ผู้บริหารสถานศึกษา, ครู

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the academic administration of school administrators in Khai Bang Rachan District under Sing Buri Primary Educational Service Area Office and 2) to compare the academic administration of school administrators in Khai Bang Rachan District

under Sing Buri Primary Educational Service Area Office. The research instrument was a questionnaire using simple random sampling. The sample group consisted of school administrators, deputy school administrators, and teachers in Khai Bang Rachan District under Sing Buri Primary Educational Service Area Office for the academic year 2023. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), and Scheffe's method for pairwise comparison.

The research findings revealed that: 1) The overall academic administration of school administrators in Khai Bang Rachan District under Sing Buri Primary Educational Service Area Office was at a high level. When considering each aspect, it was found that educational supervision had the highest mean at a high level, followed by measurement, evaluation, and credit transfer of learning outcomes. 2) The comparison of academic administration of school administrators in Khai Bang Rachan District under Sing Buri Primary Educational Service Area Office classified by educational qualification showed no difference both in overall and in each aspect, and when classified by work experience, there was no difference in the overall aspect.

Keywords: Academic Administration, School Administrators, Teachers

บทนำ

สภาพการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ทำให้ประชาคมทั่วโลกต้องมีการปรับตัวจัดรวมกลุ่มสร้างการเปลี่ยนแปลงเกือบทุกมิติในทุกภูมิภาค ประเทศไทยจึงต้องปรับตัวในกระแสการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ด้วย ต้องวางแผนคนให้มีคุณภาพตามที่สังคมต้องการ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553 ได้กำหนดความมุ่งหมายของการศึกษา โดยเน้นการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา มีความรู้ มีคุณธรรม จริยธรรมและมีวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553) ดังนั้น โรงเรียนทุกแห่งทั่วประเทศต้องมีหน้าที่ปฏิบัติตามนโยบายสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ในการจัดการศึกษาโดยมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนให้ได้ตามมาตรฐานการศึกษาที่ได้กำหนดไว้ จึงถือได้ว่าการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญของการศึกษา ดังนั้นการจัดการศึกษาควรที่จะตอบสนองกับความต้องการ ความสนใจและความถนัดตามศักยภาพของผู้เรียน อีกทั้งการจัดการศึกษาของทางภาครัฐยังได้กำหนดขอบข่าย การบริหารงานในสถานศึกษาโดยกำหนดให้กระทรวงศึกษาธิการกระจายอำนาจการบริหารงานรวมทั้งผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา 4 ด้าน คือ 1) การบริหารงานวิชาการ 2) การบริหารงานงบประมาณ 3) การบริหารงานบุคคล และ 4) การบริหารงานทั่วไป (อณัญญักญ์ อังคุระนาวัน และไตรรัตน์ สิทธิกุล, 2564)

การจัดการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรีมีสภาพแวดล้อมภายในที่ พบจุดอ่อนในการบริหารจัดการ ดังนี้ 1) ด้านโครงสร้าง โรงเรียนขนาดเล็กมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่มีผลสัมฤทธิ์ ค่อนข้างต่ำ มีการโยกย้ายบ่อย และมีการงานที่นอกเหนือจากการจัดการเรียนรู้ส่งผลให้การเรียนการสอนบาง รายวิชาต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 2) ด้านงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณที่ล่าช้าทำให้ดำเนินงานไม่ทันตาม ระยะเวลาที่กำหนด 3) ด้านสื่ออุปกรณ์ มีการใช้วัสดุอุปกรณ์ไม่คุ้มค่าขาดการดูแลรักษาที่เหมาะสม และ 4) ด้าน การบริหารจัดการ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในสังกัดภาพรวมต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน จากการวิเคราะห์

ผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านพื้นฐาน (O-NET) ปีการศึกษา 2564-2565 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี พบว่า โดยภาพรวมปัญหาเกี่ยวกับคะแนนเฉลี่ยในระดับเขตพื้นที่ต่ำกว่าระดับประเทศ จึงได้กำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนทางด้านวิชาการ ประกอบด้วย 1) ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ 2) ด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนรู้ 3) ด้านการนิเทศการศึกษา และ 4) ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาภายใต้บริบทพื้นที่และนโยบายของภาครัฐ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี, 2566)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเรียนเป็นผลลัพธ์ที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารงานวิชาการ ศักยภาพของผู้บริหารด้านความเป็นเลิศทางวิชาการ และคุณลักษณะ ตลอดจนความรู้และความสามารถของผู้เรียนที่เกิดขึ้นจากการจัดการเรียนการสอน โดยมีการวัดและประเมินผลครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเรื่อง การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มอำเภอบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการบริหารปรับปรุงและพัฒนาสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพในการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน ให้เป็นไปตามตัวชี้วัดของเป้าหมายการจัดการศึกษาตามแผนการศึกษาแห่งชาติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานวิชาการ 4 ด้าน ของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จำแนกตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

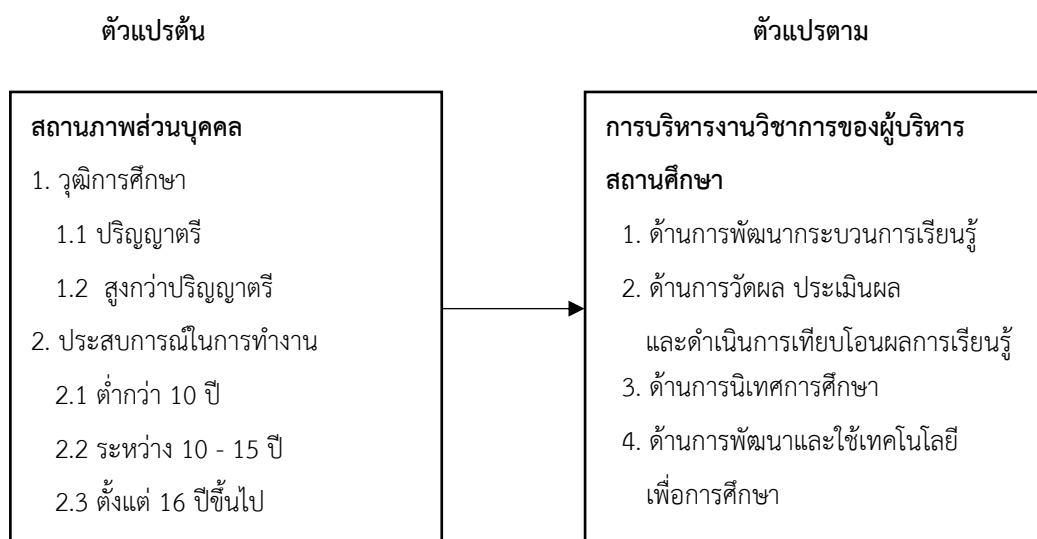
การบริหารงานวิชาการถือได้ว่าเป็นงานที่มีความสำคัญการศึกษาที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการวางแผน กำหนดแนวทางปฏิบัติ การประเมินผล และการปรับปรุงแก้ไขต่อเนื่อง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553) เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับการศึกษาที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของสังคม การบริหารงานวิชาการ การศึกษาของสันติ บุญภิรมย์ (2552) ได้ให้ความหมาย การบริหารงานวิชาการว่าเป็น จัดการกิจกรรมทุกชนิดที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนและการบริหารสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้การเรียนการสอนดำเนินไปอย่างราบรื่น เปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ไหลหล่อเลี้ยงหัวใจ การบริหารจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดของงานวิชาการที่สามารถทำให้งานวิชาการเกิดพลวัตอยู่ตลอดเวลา ส่งผลต่อประสิทธิผลและคุณภาพของการศึกษาอย่างต่อเนื่องตลอดไป สอดคล้องกับการศึกษาของมณีวรรณ แหวนหล่อ (2561) กล่าวว่า งานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนและงานอื่น ๆ ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมมือกันดำเนินกิจกรรม เพื่อปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตรงตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรสถานศึกษาและหลักสูตรแกนกลางที่ได้กำหนดไว้อย่างมีคุณภาพ ตามแนวคิดของ Gorton (1983) ได้กล่าวไว้ว่า การดำเนินกิจกรรมทุกชนิดในสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขการเรียนการสอนของนักเรียนให้ได้ผลดีมีประสิทธิภาพมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ เป็นกระบวนการปรับปรุงและยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ของผู้เรียน และยังเป็นยกระดับคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาหลักสูตรให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้น (Siemens & Long, 2011) 2) ด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนรู้ จะช่วยให้ครูสามารถติดตามพฤติกรรม

การเรียนรู้ของผู้เรียนได้และปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสม (Gao et al., 2019) จึงเป็นการตรวจสอบคุณภาพการเรียนรู้และการพัฒนาผู้เรียน 3) ด้านการนิเทศการศึกษา เป็นการส่งเสริมการพัฒนาวิชาชีพครู ทักษะ และเทคนิคการสอนให้กับครู เป็นการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่เน้นการสร้างความร่วมมือ ความไว้วางใจ และการเรียนรู้ร่วมกัน และ 4) ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เป็นการนำเอาเครื่องมืออุปกรณ์ ระบบ และแนวคิดทางเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของครูและเพิ่มคุณภาพของการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงโดยคำนึงถึงความเหมาะสมของเนื้อหา วิธีการสอน สื่อ เทคโนโลยี และบริบทของผู้เรียน (Kamalov et al., 2023)

การศึกษาของปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) ได้กำหนดขอบข่ายการบริหารงานวิชาการไว้ ดังนี้ 1) การวางแผนเกี่ยวกับงานวิชาการ 2) การดำเนินการเกี่ยวกับการเรียนการสอน 3) การจัดการเกี่ยวกับการเรียนการสอน 4) การวัดและประเมินผล สอดคล้องกับการศึกษาของรุ่งชัชดาพร เวหะชาติ (2555) ได้กำหนดขอบข่ายงานวิชาการตามกระบวนการปฏิรูปการเรียนรู้ ซึ่งครอบคลุม 4 ด้าน ดังนี้ 1) หลักสูตร 2) กระบวนการจัดการเรียนการสอน 3) การวัดประเมินผลและการรับเข้าศึกษาต่อ 4) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ (ICT) และแนวคิดของ Faber and Shearron (1970) กล่าวว่างานวิชาการ แบ่งเป็นการบริหารงานวิชาการ ดังนี้ 1) การจัดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร 2) การจัดเนื้อหาหลักสูตร 3) การนำหลักสูตรไปใช้ 4) การจัดอุปกรณ์การเรียนการสอน 5) การนิเทศการสอน 6) การสนับสนุนอาจารย์ประจำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากระบวนการบริหารงานวิชาการมี 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ 2) ด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนรู้ 3) ด้านการนิเทศการศึกษา 4) ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาจากสรุปผลรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี, 2566) ผู้วิจัยจึงกำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่จะศึกษาวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอด่านซ้ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 จำแนกตามวุฒิทางการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน และบุคลากรในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 กลุ่มโรงเรียนด่านซ้ายบางระจัน 15 โรงเรียน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน และบุคลากรโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 อำเภอด่านซ้ายบางระจัน โดยมีสถานศึกษาในกลุ่มโรงเรียนด่านซ้ายบางระจัน 15 โรงเรียน จำนวน 130 คน โดยการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (1970) ด้วยการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่หลักในโรงเรียนและประสบการณ์ในการทำงาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklists)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอด่านซ้ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 ตามขอบข่ายของงานวิชาการ ที่มีความสอดคล้องกับประเด็นของการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มโรงเรียนด่านซ้ายบางระจัน ประกอบด้วย 1) ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ 2) ด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนรู้ 3) ด้านการนิเทศการศึกษา 4) ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert (1967) การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการพิจารณาได้ค่า IOC เท่ากับ 0.864 มีดัชนีความสอดคล้องมีค่าระหว่าง 0.5-1.00 ผ่านเกณฑ์ความเที่ยงตรง ของ Rovinelli and Hambleton (1997) หลังจากนั้นได้นำไปทดลองใช้กับผู้ที่มีคุณสมบัติเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการวัดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) โดยรวม เท่ากับ 0.822 ตามที่ Nunnally (1978) ได้เสนอแนะไว้ คือ มีค่า 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978, pp. 245-246) และมีพิจารณาค่าอำนาจจำแนกรายข้อเท่ากับ 0.447-0.836 ด้วยการใช้เทคนิค Item Total Correlation แสดงว่าตัวชี้วัดที่ใช้วัดตัวแปรแฝงไม่มีการปะปนกันเป็นไปตามเกณฑ์ของ Brennan (1972, pp. 289-303) ซึ่งควรมีค่า 0.20 ขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือขออนุญาตผู้บริหารสถานศึกษาของกลุ่มโรงเรียนด่านซ้ายบางระจัน 15 โรงเรียน เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และดำเนินการเก็บข้อมูลข้อมูลด้วยตนเอง โดยได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 130 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 มีผู้ให้ข้อมูลตามที่กำหนดไว้ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว (2535) ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง การบริหารงานวิชาการ ระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง การบริหารงานวิชาการ ระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง การบริหารงานวิชาการ ระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง การบริหารงานวิชาการ ระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง การบริหารงานวิชาการ ระดับน้อยที่สุด

การเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา โดยจำแนกตามวุฒิการศึกษาและจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe's method

สรุปผลการวิจัย

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เพศหญิง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 และเพศชาย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 และอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 โดยมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 55.70 สูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 ปัจจุบันดำรงตำแหน่งหน้าที่ในโรงเรียน คือ ครู จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 81.40 ผู้อำนวยการสถานศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และรองผู้อำนวยการสถานศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 ตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 และมากกว่า 10 – 15 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 เพศชาย	31	32.00
1.2 เพศหญิง	66	68.00
2. อายุ		
2.1 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี	16	16.50
2.2 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี	38	39.20
2.3 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี	43	44.30
3. วุฒิการศึกษา		
3.1 ปริญญาตรี	54	55.70
3.2 สูงกว่าปริญญาตรี	43	44.30
4. ตำแหน่งหน้าที่หลักในโรงเรียน		
4.1 ผู้อำนวยการสถานศึกษา	15	15.50
4.2 รองผู้อำนวยการสถานศึกษา	3	3.10
4.3 ครู	79	81.40
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
5.1 ต่ำกว่า 10 ปี	39	40.20
5.2 ระหว่าง 10 – 15 ปี	23	23.70
5.3 ตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป	35	36.10
รวม	97	100.00

2) ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา

การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ด้านการพัฒนาระบบการเรียนรู้	3.92	0.32	มาก	3
2. ด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน	3.92	0.28	มาก	4
3. ด้านการนิเทศการศึกษา	4.06	0.30	มาก	1
4. ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา	4.03	0.31	มาก	2
รวม	3.98	0.17	มาก	-

ตารางที่ 2 พบว่า การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอค่ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D. = 0.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อันดับ 1 ได้แก่ ด้านการนิเทศการศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$, S.D. = 0.30) อันดับที่ 2 ได้แก่ ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$, S.D. = 0.31) และ อันดับที่ 3 ได้แก่ ด้านการพัฒนาระบบ การเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก และด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน มีสัดส่วนเท่ากันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$, S.D. = 0.32, S.D. = 0.28) ตามลำดับ

3) การเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอค่ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี ตามวุฒิการศึกษา

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาตามวุฒิการศึกษา

การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านการพัฒนาระบบการเรียนรู้	3.89	0.30	3.96	0.33	.029	.156
2. ด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน	3.91	0.29	3.93	0.27	.323	.373
3. ด้านการนิเทศการศึกษา	4.08	0.32	4.02	0.29	1.056	.144
4. ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา	4.01	0.30	4.05	0.32	.670	.254
รวม	3.98	0.17	3.99	0.16	.447	.327

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอค่ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จำแนกวุฒิการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

4) การเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอค่ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1 ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	2	.130	.065	.627	.537
	ภายในกลุ่ม	94	9.712	.103		
	รวม	96	9.842			
2 ด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน	ระหว่างกลุ่ม	2	.086	.043	.522	.595
	ภายในกลุ่ม	94	7.715	.082		
	รวม	96	7.801			
3 ด้านการนิเทศการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	.057	.028	.293	.747
	ภายในกลุ่ม	94	9.120	.097		
	รวม	96	9.177			
4 ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.051	.525	5.824	.004
	ภายในกลุ่ม	94	8.480	.090		
	รวม	96	9.531			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.107	.053	1.858	.162
	ภายในกลุ่ม	94	2.702	.029		
	รวม	96	2.809			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอค่ายบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐาน ดังนี้

1. การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะผู้บริหารสถานศึกษามีการกำกับติดตามประสานงานภายใน มีการประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อปรับปรุงและกระบวนการทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Smith (2006) ที่ได้เสนอว่าการจะทำให้การบริหารงานวิชาการมีประสิทธิภาพจะต้องเริ่มจากการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดวางแผนการอบรม การจัดโครงการได้สับเปลี่ยนกัน ในชั้นเรียน การสังเกตการณ์ การประเมินผลและติดตามผลการปฏิบัติงาน การสาธิตการสอน การนิเทศครูใหม่ การวิจารณ์ผลการปฏิบัติงานเชิงการแนะนำ และจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับวิชาการศึกษาไปพร้อมกับการกำกับติดตามและการประเมินผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องงานวิจัยของยุพา พรหมแย้ม (2562); จิรัชยา ประสิทธิ์รัตน์ และ พระครูสุธีจริยวัฒน์ (สาคร ภัคตินอก) (2567) พบว่า การบริหารงานวิชาการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน และงานวิจัยของนิดา เปี่ยมพิชนะ (2568) ที่ได้ศึกษาสภาพปัจจุบันการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงในยุคพลิกผันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการนิเทศการศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะเป็นการสนับสนุนช่วยเหลือ และให้คำแนะนำ แก่ครู การนิเทศจะมีการติดตามผลการสอน การพัฒนาครู และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับแนวคิดของ Wiles and Lovell (1983) ได้กล่าวไว้ว่า การนิเทศการศึกษาเป็นขั้นตอนให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในการพัฒนาสภาพการเรียนการสอนให้ดีขึ้น การนิเทศการศึกษาจึงเป็นกิจกรรมที่ช่วยครูในการปรับปรุงการสอนและการปฏิบัติงานในหน้าที่ ซึ่งสัมพันธ์กับงานวิจัยของปทุมพร เปียณอมและมณีนี เจริญไชยวงศ์ (2563); ประวีณา ราชแสง (2565); วิไลลักษณ์ รุ่งกิจ (2566) พบว่า ด้านการนิเทศการศึกษาอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการนิเทศศึกษาไม่ใช่เพียงแค่การตรวจสอบหรือควบคุมการปรับปรุงการสอน แต่เป็นการสนับสนุนและพัฒนาทั้งครูและนักเรียนให้เกิดคุณภาพการเรียนการสอนที่ดีขึ้น

ด้านการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก เพราะผู้บริหารสถานศึกษาได้จัดหาสื่อและเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอนอย่างครอบคลุมและเพียงพอ มีการกำหนดนโยบาย การวางแผน การวิเคราะห์ความจำเป็นในการจัดหาสื่อการจัดการเรียนการสอน และมีการพัฒนาสื่อการเรียนรู้และเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เป็นไปตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 มาตรา 66 ที่กำหนดให้ผู้เรียนมีสิทธิได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553) เพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของนุรไลลา หลังปุเต๊ะ (2565) พบว่า ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการส่งเสริมทักษะการจัดการสารสนเทศและระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีมาตรฐาน เพื่อสร้างหรือเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่นเดียวกับงานวิจัยของอภิชน เลื่อนชิด (2566); บุษราพร บุรีชัย และทัศนพร เกตุณอม (2568) พบว่า ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศจะเก็บรวบรวมข้อมูลสร้างความสะดวก ทำให้บุคลากรภายในและบุคคลภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศของสถานศึกษาได้ง่าย

ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ พบว่าอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นอาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา นิเทศติดตาม ประเมินผลและปรับปรุงหลักสูตรสถานศึกษา ส่งเสริมสนับสนุนให้ครูผู้สอนจัดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม สื่อการเรียนการสอนและช่วยอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับแนวคิดของ David (2009) นำเสนอว่า การให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ทั้งนี้เพราะการปฏิบัติที่ดีที่สุดของครูในด้านการเรียน การสอน การพัฒนาหลักสูตร การให้ความเสมอภาคทางการเรียนรู้ของผู้เรียน การใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kerry (2009) ที่กล่าวว่า แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ผู้บริหารมีความรับผิดชอบในการเรียนการสอนการส่งเสริมและสนับสนุนจากผู้บริหาร การใช้สื่อเทคโนโลยีในการเรียน การสอน มีการนิเทศติดตามผลจากผู้บริหาร ซึ่งสัมพันธ์กับงานวิจัยของมุนา จารง (2560) ได้ทำวิจัยเรื่องการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ตามทัศนะครูผู้สอนในศูนย์เครือข่ายตลิ่งชัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาพะเยา เขต 2 ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากและยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัชยา ประสิทธิ์รัตน์ และพระครูสุธีจริยวัฒน์ (สาคร ภักดินอก) (2567) ได้ทำวิจัยเรื่อง การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 พบว่า ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน พบว่าอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นอาจ เป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษาจัดระบบสารสนเทศ ด้านการวัดผล ประเมินผลและเทียบโอนผลการเรียน มีการนำ เครื่องมือในการวัดและประเมินผลให้ได้มาตรฐาน เทียบเคียงระดับสากล สอดคล้องกับงานวิจัยของกันตวุฒิ การดี (2565) ได้ศึกษา แนวทางการบริหารงานวิชาการสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษาขนาดเล็ก ในสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 พบว่า ด้านการวัดผลประเมินผลการเรียนอยู่ในระดับมาก

งานวิจัยของวิไลลักษณ์ ฐักิจ (2566) ได้ศึกษา การบริหารงานวิชาการในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 พบว่า ด้านการวัดผลประเมินผลอยู่ในระดับมาก สัมพันธ์กับงานวิจัยของนารี ปราถนาม (2566) ได้ศึกษา การบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 พบว่า ด้านการวัดผลและประเมินผลอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของสิทธิพร ไชยคินี และศิษย์พงศ์ ศรีจันทร์ (2566) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 1 พบว่า ด้านการวัดประเมินผลการเรียนอยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรีจำแนกตามวุฒิทางการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะครุมองว่าผู้บริหารโรงเรียนได้เปิดโอกาสให้ครูที่ระดับการศึกษาต่างกันเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนางานวิชาการของโรงเรียนตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ โดยจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการด้านงานวิชาการ ทั้งผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้ปฏิบัติการสอนได้รับความรู้ใหม่ ๆ ไปพร้อมกัน จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ครูที่มีวุฒิทางการศึกษาต่างกันมีศักยภาพไม่แตกต่างกัน ดังที่งานวิจัยของสุกัญญา แซ่ม้อย (2565) ได้กล่าวว่า การบริหารวิชาการเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการศึกษาให้กับผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ ทั้งในด้านการออกแบบหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ การประเมินผล ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีความรู้ ความเข้าใจและมีทักษะในด้านการบริหารวิชาการ โดยต้องนำครูและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนการจัดการศึกษาของสถานศึกษาเพื่อนำผลสะท้อนการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรไปปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษาของครูและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจิรัชยา ประสิทธิ์รัตน์ และพระครูสุธีจริยวัฒน์ (2567); ธนากร ชมเชย และสมใจ สืบเสาะ (2567) พบว่า การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาตามการรับรู้ของครูผู้สอนที่มีเพศต่างกันและระดับการศึกษาต่างกัน มีการรับรู้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอบางระจัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารสถานศึกษาให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาดูแลเอาใจใส่ในงานด้านวิชาการ ส่งเสริม และพัฒนากิจกรรมของสถานศึกษา สอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการ (2553) ที่นำเสนอว่า การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ ต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนา คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลและพัฒนาการทางสมอง เน้นให้ความสำคัญทั้งความรู้และคุณธรรม ผู้สอนต้องพยายามคัดสรรกระบวนการเรียนรู้ การออกแบบการเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับศักยภาพและบริบทของผู้เรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒน์ชินันท์ทศกร และจรัส อติวิทยากรณ์ (2566) พบว่า การเปรียบเทียบการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา จำแนกตามตัวแปรด้านประสบการณ์ในการทำงานมีความคิดเห็นการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรีควรมีสันับสนุนด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน กำหนดระเบียบการวัด และประเมินผลตามหลักสูตรสถานศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบายให้ตระหนักถึงการบริหารงานวิชาการ ในเรื่องของการวัดและประเมินผลตามหลักสูตรสถานศึกษาส่งเสริมให้ครูมีความรู้ทั้งด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการ ด้านการวัดผล ประเมินผลและดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน ที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสิงห์บุรี

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการ สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี ในด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- กันตวุฒิ การดี. (2565). แนวทางการบริหารงานวิชาการสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษาขนาดเล็ก ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1. (วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- จิรัชยา ประสิทธิ์รัตน์ และพระครูสุธีจริยวัฒน์ (สาคร ภักดีนอก). (2567). การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5. วารสารวิชาการแสงอีสาน, 21(1), 162-177.
- ธนากร ชมเชย และสมใจ สืบเสาะ. (2567). การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคประเทศไทย 4.0 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 1. วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน, 6(2), 33-47.
- นารี ปราดนาม. (2566). การบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิตดา เปี่ยมพิชนะ. (2568). แนวทางการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1. *Journal of Graduate MCU KhonKaen Campus*, 12(1), 97-112.
- นุรไลลา หลังปุเต๊ะ. (2565). การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในศูนย์เครือข่ายทุ่งยางแดงสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปัตตานี เขต 3. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2535). การอ้างอิงประชากรเมื่อใช้เครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่าง. วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- บุษราพร บุรีชัย และทศพร เกตุถนอม. (2568). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตบางขุนเทียน เครือข่ายที่ 71 กรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์*, 8(2), 105-116.
- ปทุมพร เปี้ยถนอม และมณีนี เจริญไชยวงศ์. (2563). การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ประวีณา ราชแสง. (2565). *การบริหารงานวิชาการในโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2*. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา) มหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาลั.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). *การบริหารงานวิชาการ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- พัฒนสินี ชันทศกร และจรัส อติวิทยากรณ์. (2566). *การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาตามความ คิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดนราธิวาส. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.*
- มณีวรรณ แหวนหล่อ. (2561). *สภาพการบริหารงานวิชาการของครูในระดับประถมศึกษา*. (วิทยานิพนธ์ ศ.ม. สาขา การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยรังสิต.
- มูนา จารง. (2560). *การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ตามทัศนะครูผู้สอนในศูนย์เครือข่ายตลิ่งชัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 2. (การค้นคว้าอิสระ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.*
- ยุพา พรหมแย้ม. (2562). *การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอบางบัวทองสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 2. (วิทยานิพนธ์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ. (2555). *การบริหารงานวิชาการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. สงขลา: บริษัทนำศิลป์โฆษณาจำกัด.
- วิไลลักษณ์ ฐักิจ. (2566). *การบริหารงานวิชาการในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ บริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาลั.*
- สันติ บุญภิรมย์. (2552). *การบริหารงานวิชาการ*. กรุงเทพฯ: บั๊คพอยท์.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี. (2566). *สรุปผลรายงานผลการดำเนินงานปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. สืบค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2567 จาก https://policy.singprimary.go.th/report_budget/peport66*
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2561). *คู่มือการปฏิบัติงานของข้าราชการและบุคลากรทางการ ศึกษาวิชาการในตำแหน่งผู้อำนวยการสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.*
- สิทธิพร ไชยคินี และศิษณพงศ์ ศรีจันทร์. (2566). *แนวทางการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 1. วารสารมณีเชษฐารามวัดจอมมณี, 3(6), 29-46.*
- สุกัญญา แซ่มซ้อย. (2565). *การบริหารวิชาการที่ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคพลิกผัน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนัญญ์กัญญ์ อังคระนาวัน และไตรรัตน์ สิทธิกุล. (2564). *การศึกษาความสัมพันธ์ของการบริหารสถานศึกษา กับ ประสิทธิภาพการบริหารงานของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สมุทรปราการ เขต 1. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์, 8(2), 268-280.*
- อภิชน เลื่อนชิต. (2566). *การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการในศตวรรษที่ 21 ของศูนย์ การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดตาก. วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5(7), 167-183.*
- Brennan, R. L. (1972). A generalized upper-lower item discrimination index. *Educational and Psychological Measurement, 32*(2), 289-303.
- David, F. R. (2009). *Strategic Management: Concept and Cases*. 12th edition, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.



- Faber, C.F., & Shearron, G.F. (1970). *Elementary School Administration Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Gao, J., Galley, M., & Li, L. (2019). Neural approaches to conversational AI: Question answering, task-oriented dialogues and social chatbots. *Now Foundations and Trends*.
- Gorton, R. A. (1983). *School administration and supervision leadership challenges and Opportunities* (2nd ed.). WM: C. Brown. 11.
- Kamalov, F., Santandreu Calonge, D., & Gurrib, I. (2023). New era of artificial intelligence in education: Towards a sustainable multifaceted revolution. *Sustainability*, 15, 12451.
- Kerry, R. (2009). Priorities in K-12 Distance Education: A Delphi Study Examining Multiple Perspectives on Policy. Practice and Research. *Educational Technology & Society*, 12(3), 168-170.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Sample size determination table. *Educational and psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. *Reading in Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley & Son.
- Nunnally, J.C. (1978) *Psychometric theory*. 2nd Edition, McGraw-Hill, New York.
- Rane, N. L. (2024). Enhancing the quality of teaching and learning through Gemini, ChatGPT, and similar generative artificial intelligence: Challenges, future prospects, and ethical considerations in education. *TESOL and Technology Studies*, 5(1), 1–6
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1977) On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49-60.
- Siemens, G., & Long, P. (2011). Penetrating the fog: Analytics in learning and education. *Educause Review*, 46, 30–32.
- Smith, J. J. (2006). *Technology-assisted instruction and student advancement* (Doctoral dissertation, Capella University).
- Wiles, K. & Lovell, J.T. (1983). *Supervision for better school*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.

อิทธิพลของภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ
การดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองตำบลบ้านเสด็จ
อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

The Effect of leadership and community participation on
the performance of village and community funds in
Ban Sadet Subdistrict, Mueang Lampang District,
Lampang Province

มานพ ปัญญาเย็น

Manop Punyayuen

นักวิชาการอิสระ

Independent Academic

Corresponding Author; ManopPanyayuen8988@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของประชาชน และประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำนวน 385 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับภาวะผู้นำของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ ประสิทธิภาพการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมของชุมชน ตามลำดับ และ 2) อิทธิพลของภาวะผู้นำด้านการสร้างแรงบันดาลใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รองลงมาคือ ด้านการเป็นแบบอย่างและด้านการใส่ใจเป็นรายบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการกระตุ้นทางปัญญา ไม่มีนัยสำคัญ ลำดับสุดท้ายอิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชน ด้านการได้รับประโยชน์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รองลงมาคือ การดำเนินงาน ด้านการตัดสินใจ และด้านการประเมินผลส่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของชุมชน ประสิทธิภาพการดำเนินงาน กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the significance levels of leadership, public participation, and operational efficiency of Village and Urban Community Funds, and 2) to

study the influence of leadership and public participation on the operational efficiency of Village and Urban Community Funds in Ban Sadet Sub-district, Mueang Lampang District, Lampang Province. The sample consisted of 385 members of Village and Urban Community Funds. The research instrument was a questionnaire. Statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and simple regression analysis. The research results revealed that: 1) The leadership level of Village and Urban Community Funds had a high overall mean score, followed by operational efficiency and community participation, respectively, and 2) The influence of inspirational leadership significantly affected operational efficiency at the .01 statistical level, followed by role modeling and individualized consideration which significantly affected operational efficiency at the .05 statistical level, with the exception of intellectual stimulation which showed no significance. Finally, regarding the influence of public participation, the benefit receiving aspect significantly affected operational efficiency at the .01 statistical level, followed by implementation, decision-making, and evaluation aspects which significantly affected operational efficiency at the .05 statistical level.

Keywords: Leadership, Community Participation, Performance, Village and Urban Community Fund

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจรากฐานเป็นนโยบายที่รัฐบาลให้ความสำคัญ โดยกำหนดเป็นแผนแม่บทรองรับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในประเด็นเศรษฐกิจรากฐาน ซึ่งมุ่งเน้นการปรับปรุงโครงสร้างและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจรากฐานเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยภาครัฐได้ดำเนินมาตรการและนโยบายต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาในด้านของแต่ละพื้นที่ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2567) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับชุมชนทั้งในเขตเมืองและชนบทให้เติบโตไปพร้อมกับการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ดังนั้นรัฐบาลจึงยังคงขับเคลื่อน “กองทุนหมู่บ้านมั่นคง ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน” ภายใต้โครงการส่งเสริมการแก้ปัญหาหนี้ของระบบอย่างยั่งยืนในหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อสร้างศักยภาพครัวเรือนให้เข้มแข็งทั่วประเทศ และสร้างความมั่นคงเศรษฐกิจฐานราก โดยได้วางเป้าหมายการใช้กองทุนหมู่บ้านเป็นกลไกในการยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน พึ่งพาตนเอง สร้างสังคมไทยยั่งยืน (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2567) อีกทั้ง กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ เป็นนโยบายของรัฐบาลที่ได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 การบริหารกองทุนหมู่บ้านแสดงถึงความตั้งใจในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากตามแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ทั้งในด้านกฎหมาย ระบบบัญชีการเงิน พัฒนารัฐกิจและเทคโนโลยีที่เน้นการร่วมคิด ร่วมทำโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนเป็นสำคัญ การขับเคลื่อนให้กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเข้มแข็งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาหมู่บ้านและชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการบริหารจัดการและใช้จ่ายเงินกองทุน 1 ล้านบาท ให้เกิดการหมุนเวียนในชุมชนและหมู่บ้าน (กรมประชาสัมพันธ์, 2567)

แนวทางการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเป็นรูปแบบการกระจายอำนาจการบริหารจัดการกองทุนจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองของคณะกรรมการและความร่วมมือของคนในชุมชน ซึ่งสมาชิกทุกคนในกองทุนหมู่บ้านฯ เปรียบเสมือนเป็นเจ้าของกองทุนด้วยเช่นกัน (เชาวลิต แฉมสว่าง, 2561) ซึ่งปัจจัยที่สำคัญนั้นคือในส่วนของภาวะผู้นำของผู้นำชุมชน เนื่องจากเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าความสามารถของผู้นำในการจัดสรรทรัพยากร และวางแผนการดำเนินงาน

ป้องกันปัญหาการทุจริตและการบริหารความขัดแย้ง ผู้นำที่มีจริยธรรมจะสร้างความไว้วางใจในชุมชน (Schein, 2010) ด้วยกระบวนการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการตัดสินใจร่วมวางแผนการดำเนินงานและประเมินผลโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน (Pretty, 1995) โดยการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกองทุน ด้วยการวางแผนการดำเนินงานที่มีความมั่นคงและสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เมื่อชุมชนรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ ก็มีความรับผิดชอบและช่วยกันดูแลให้กองทุนดำเนินไปได้ในระยะยาวงานวิจัยของพิชญธิดา พันธุ์ธรรม ชันธะหัตถ์ และธนิศร ยืนยง (2566) พบว่า ภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของประชาชนจะพัฒนาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะต้องอาศัยปัจจัยในหลาย ๆ จากภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของประชาชนจึงนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลให้หน่วยงานมีความเข้มแข็งและสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแม้ว่าจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง แต่คณะกรรมการยังขาดความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมและหน้าที่ของคณะกรรมการและการมีส่วนร่วมของสมาชิกยังมีค่อนข้างน้อยทำให้การประสานงานไม่ทั่วถึง (อัมฤตดา สารธิวงศ์ และธนพงษ์ ลมอ่อน, 2565) จึงพบปัญหาการวางแผน ขาดความร่วมมือ ขาดการติดตาม ขาดกระบวนการการมีส่วนร่วม ขาดการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ขาดกระบวนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนร่วมกัน

จากความสำคัญของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่มีต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนระดับฐานราก ตลอดจนภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่ดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาบทบาทของภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อประสิทธิภาพของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง เพื่อเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองให้ตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของประชาชนและประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำ หมายถึง บุคคลที่มีความสามารถในการชี้นำ กำหนดวิสัยทัศน์ ทิศทาง และสร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิกในองค์กรให้ดำเนินงานบรรลุเป้าหมายร่วมกันได้ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพควรเป็นได้ทั้งผู้นำที่สร้างแรงบันดาลใจและผู้นำที่มีความชัดเจนในการบริหารจัดการผลตอบแทนเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในองค์กร (Kotter, 1996) ซึ่งผู้นำจะต้องกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจนให้กับสมาชิกที่ทำให้เกิดความพยายาม และพร้อมที่ผลักดันให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายของกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญา บุตรสะอาด (2566) พบว่าการเป็นผู้นำจะต้องแสดงบทบาทในการบริหาร และการจัดการต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อให้องค์กรปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย ผู้นำที่ดีจะต้องมีหน้าที่ในการสร้างภาวะผู้นำให้กับสมาชิกคนอื่น ๆ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ ชื่นนำ จูงใจ และสามารถแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นได้ แนวคิดของ Bass (1985) ได้นำเสนอลักษณะของผู้นำไว้ 4 ประการ ประกอบด้วย 1) การเป็นแบบอย่าง 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นทางปัญญา และ 4) การใส่ใจเป็นรายบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของบุญส่ง วงษ์สวัสดิ์ (2565) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการพัฒนาท้องถิ่น เนื่องจากมีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ตามนั้น

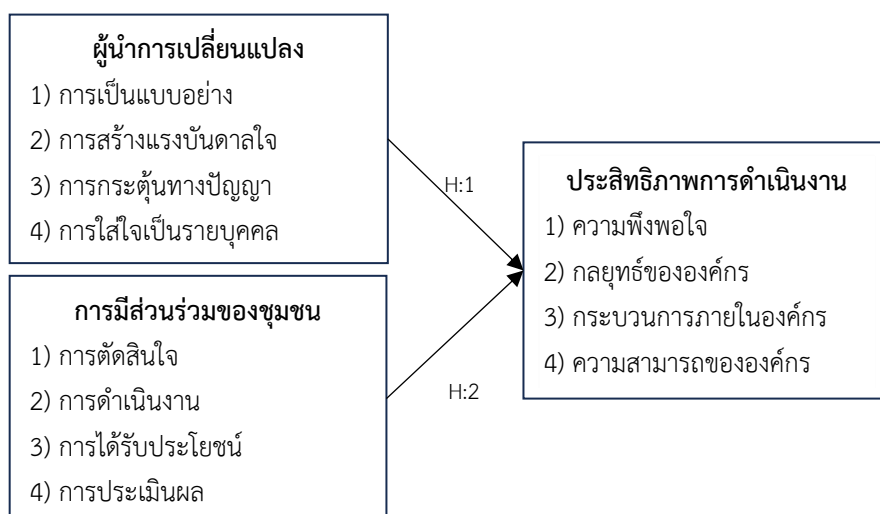
มีประสิทธิภาพที่ดีจากการศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายควรมีการศึกษาถึงสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนต่อการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อนำมาวางแผนนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง กระบวนการที่สมาชิกในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการดำเนินงาน ตลอดจนควบคุมการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนหรือประเด็นที่ส่งผลกระทบโดยตรงชุมชน (Arnstein, 1969; Swanburg, 1996) ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันต์พงษ์ กิตติธนกัญจน์ อนันต์สุนทราเมธากุล และอัยรดา พรเจริญ (2567); อิงสรานู ศรีม่วง สัญญาศรณ สวัสดิ์โธสง และจิตติ กิตติเลิศไพศาล (2565) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจะต้องเกิดขึ้นแต่การตัดสินใจไปจนถึงการประเมินผล ดังแนวคิดของ Cohen and Uphoff (1980) ได้เสนอว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนควรมี 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) การมีส่วนร่วมในการได้รับประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากร เช่น งบประมาณ เวลา คน และวัสดุอุปกรณ์ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด เป็นการให้ทรัพยากรให้น้อยที่สุดแต่สามารถสร้างผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ (Drucker, 1993) โดยเน้นการลดต้นทุน การเพิ่มผลผลิต และการปรับปรุงคุณภาพของกระบวนการการทำงานที่ใช้ข้อมูลและสถิติในการลดความผิดพลาดตั้งแต่เริ่มกระบวนการ (Pande, Neuman, & Cavanagh, 2000) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำและมีคุณภาพ งานวิจัยของ การณิก มหรรณพ และ เอกชัย อภิศักดิ์กุล (2566) พบว่าภาวะผู้นำส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยแนวคิดของ Neely et al. (2002) ได้เสนอว่า การวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานองค์กรที่ต้องการประเมินผลจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ความพึงพอใจกลยุทธ์ขององค์กร กระบวนการภายในองค์กร และความสามารถขององค์กร เพื่อตรวจสอบว่าองค์กรสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลจากการทบทวนวรรณกรรม คณะผู้วิจัยสรุปกรอบแนวคิดได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

H:1 ภาวะผู้นำส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

H:2 การมีส่วนร่วมของชุมชนส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ตำบลบ้านเสด็จ อำเภอมืองลำปาง จังหวัดลำปาง จำนวน 17 หมู่บ้าน มีประชากรทั้งหมด 10,394 คน (แผนพัฒนาท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเสด็จ, 2566) แต่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่แน่นอน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) สำหรับคำนวณขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ยอมรับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลบ้านเสด็จ อำเภอมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของประชาชน และประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 5 ระดับ (Rating Scale) ประยุกต์ตามวิธีของ Likert (1970) และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Form)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือใช้การวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ โดยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยแบบสอบถามได้ค่า IOC ระหว่าง 0.70-1.00 ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.593-0.886 ซึ่งคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องโดยค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปถือว่าสอดคล้องกับเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (ชไมพร กาญจนกิจสกุล, 2555) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจากสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ชุด โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ถ้ามีค่าความเชื่อมั่นใกล้เคียงกับหนึ่งมากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นมาก โดยค่าความเชื่อมั่นของแต่ละข้อคำถามต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (ยุทธ ไกรวรรณ, 2561) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำแนกตามตัวแปรและภาพรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.843 ดังนั้น แบบสอบถามจึงจัดอยู่ในเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นที่มากกว่า 0.7 สามารถนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในเวทีประชุมกองทุนหมู่บ้าน โดยขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่างการวิจัย คือ สมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตตำบลบ้านเสด็จ อำเภอมืองลำปาง จังหวัดลำปาง จำนวน 385 ฉบับ โดยใช้เวลา 2 เดือน คือ เดือน ตุลาคม - พฤศจิกายน 2567 และนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ทุกฉบับและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้จะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลทางสถิติ โดยส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของชุมชน และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ในการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำ และการมีส่วนร่วมของชุมชน

ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ด้วยเทคนิคการนำเข้าตัวแปรทั้งหมด (Enter Selection) และนำเสนอข้อมูล ในรูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 51-60 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ประกอบ อาชีพเกษตรกร มีประสบการณ์ในการเป็นสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง 2-5 ปี โดยส่วนใหญ่มี วัตถุประสงค์กู้เงินจากกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเพื่อนำไปลงทุนในอาชีพ และให้เหตุผลในการเข้าร่วมเป็น สมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง คือ ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันหรือไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อของธนาคารได้ และอัตราดอกเบี้ยของกองทุนต่ำกว่าสถาบันการเงิน

ผลการวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.08, S.D. = .863) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเป็นแบบอย่าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = .838) รองลงมาคือ การสร้างแรงบันดาลใจ ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = .901) การใส่ใจเป็นรายบุคคล ($\bar{X}$ = 4.05, S.D. = .840) และการกระตุ้นทางปัญญา ($\bar{X}$ = 3.98, S.D. = .873) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตอำเภอเมือง ลำปาง จังหวัดลำปาง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.89, S.D. = .852) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กระบวนการภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = .855) รองลงมาคือ กลยุทธ์ ขององค์กร ($\bar{X}$ = 3.91, S.D. = .798) ความพึงพอใจ ($\bar{X}$ = 3.85, S.D. = .877) และความสามารถขององค์กร ($\bar{X}$ = 3.80, S.D. = .876) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88, S.D. = .873) เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อพบว่า การได้รับประโยชน์ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = .857) รองลงมาคือ การดำเนินงาน ($\bar{X}$ = 3.90, S.D. = .885) การตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 3.87, S.D. = .897) และการประเมินผล ($\bar{X}$ = 3.78, S.D. = .852) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและ ชุมชนเมืองในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	β	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.871	.196		9.565	.000		
1) การเป็นแบบอย่าง	.149	.051	.181	2.910	.004	.500	1.998
2) การสร้างแรงบันดาลใจ	.197	.052	.221	3.803	.000	.575	1.739
3) การกระตุ้นทางปัญญา	.035	.054	.039	.657	.511	.541	1.847
4) การใส่ใจเป็นรายบุคคล	.116	.050	.135	2.331	.020	.577	1.733

$$R = .581, R^2 = .331, R^{2adj} = .323, F = 29.691, Sig = .000$$

จากตารางที่ 1 พบว่า อิทธิพลของภาวะผู้นำด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ($\beta = .221$, Sig = .000) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการเป็นแบบอย่าง ($\beta = .181$, Sig = .004) และด้านการใส่ใจเป็นรายบุคคล ($\beta = .135$, Sig = .020) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้ร้อยละ 33.1 ยกเว้นด้านการกระตุ้นทางปัญญา ไม่มีนัยสำคัญ ($p = .511$)

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน
ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ตัวแปรพยากรณ์ (ค่าคงที่)	B	Std. Error	β	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
1) การตัดสินใจ	.114	.061	.139	1.226	.010	.428	2.350
2) การดำเนินงาน	.121	.063	.161	2.958	.005	.374	2.439
3) การได้รับประโยชน์	.204	.071	.241	2.885	.000	.295	3.394
4) การประเมินผล	.193	.062	.111	1.491	.012	.159	2.712
R = .435, R ² = .289, R ² _{adj} = .281, F = 23.006, Sig = .000							

จากตารางที่ 1 พบว่า อิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการได้รับประโยชน์ ($\beta = .241$, Sig = .000) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รองลงมาคือ การดำเนินงาน ($\beta = .161$, Sig = .005) ด้านการตัดสินใจ ($\beta = .139$, Sig = .010) และด้านการประเมินผล ($\beta = .111$, Sig = .012) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้ร้อยละ 28.90

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาระดับความสำคัญของภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของประชาชนและประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้นำกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการกองทุนเพื่อให้โครงการการดำเนินงานไปอย่างต่อเนื่องประสบความสำเร็จ ซึ่งจะต้องมีการวางแผนกิจกรรมของกองทุนและมีการจัดส่งรายงานการเงินอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotter (1996) แนะนำว่า ผู้นำจะต้องมีความสามารถกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางในองค์กรให้ดำเนินงานบรรลุเป้าหมายร่วมกันได้ สัมพันธ์กับงานวิจัยของนรินทร์ลี กองเผือก (2565) พบว่า สิ่งสำคัญการมีภาวะผู้นำคือ ความซื่อสัตย์สุจริต การยึดมั่นในศีลธรรมและคุณธรรมในการดำเนินงาน ถือเป็นแบบอย่างที่ดีที่จะสร้างความน่าเชื่อถือต่อสมาชิกในองค์กร งานวิจัยของอัศวิน สุขประเสริฐ และจิตพัฒน์ หิรัญนิธารัง (2566); ปรัชญา บุตรสะอาด (2566) พบว่า ภาวะผู้นำมีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยเพราะผู้นำจะต้องแสดงบทบาทในการบริหารทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรให้ปฏิบัติการกิจได้ตามเป้าหมาย และสามารถแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นได้

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เพราะเป็นการวัดความสามารถในการจัดการทรัพยากรของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด สอดคล้องกับแนวคิดของ Drucker (1993); Neely et al. (2002) นำเสนอว่า การกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจนจะช่วยให้ใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า และจะต้องมีการประเมินผลเพื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมายขององค์กร เพื่อสามารถบริหารและพัฒนากิจการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพิงค์ จำปานาค และ สมหมาย อุดมวิทิต (2562) พบว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย เนื่องจากการดำเนินงาน ชุมชนจะเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง มีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการคิด การตัดสินใจ การดำเนินการ และการประเมินผลโครงการต่างๆ ของกองทุน สอดคล้องกับแนวคิดของ Arnstein (1969); Swanburg (1996) นำเสนอว่า การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ควรสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อกำหนดนโยบาย การวางแผนและการดำเนินงาน ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์แก่ส่วนรวมเป็นหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชร รัตนะ ละมัย ร่มเย็น และ สัญญาศรี สวัสดิ์โรสง (2566) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของพจนา ปัทมกรภักดี ภมร ชันธะหัตถ์ ธนิศร ยืนยง (2566) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมี ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ดังนั้น ควรส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำ และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

ภาวะผู้นำส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เนื่องจากคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเป็นผู้นำที่จะช่วยให้การดำเนินงานของกองทุนเป็นไปอย่างราบรื่น และมีการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญญาทิพย์ ทองคำ (2565) พบว่า ภาวะผู้นำส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนชุมชนเพราะผู้นำจะได้รับการยอมรับจากสมาชิก มีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบในการทำงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการสร้างแรงบันดาลใจส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นอันดับแรก เพราะจะกระตุ้นให้กับสมาชิกกองทุนให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพรองลงมาคือ ด้านการเป็นแบบอย่างส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพราะจะช่วยสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้แก่สมาชิกกองทุน และด้านการใส่ใจเป็นรายบุคคลส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นอันดับสุดท้าย เพราะความเห็นอกเห็นใจสมาชิกแต่ละคนรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญการติดต่อสื่อสารและการบริหารงานก็จะที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพราะชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ กำหนดแผนงาน การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนสอดคล้องกับการศึกษาของ Ninsalam and Agustiansyah (2021) พบว่ากองทุนหมู่บ้านมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับท้องถิ่นซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการที่ดีและความโปร่งใสในการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้าน โดยงานวิจัยของศุภชัย ศักดิ์ตระกูล (2566) พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการส่งเสริมการบริหารงานกองทุนหมู่บ้านและงานวิจัยของมณฑนา ยามา (2561) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการได้รับประโยชน์ส่งผลต่อ

ประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นอันดับแรก เพราะชุมชนเห็นว่าพวกเขาได้รับผลประโยชน์จากกองทุน เช่น เงินกู้เพื่อหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ ซึ่งชุมชนมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมและสนับสนุนการดำเนินงานของกองทุน รองลงมาคือ ด้านการดำเนินงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพราะการมีส่วนร่วมของประชาชนช่วยให้การดำเนินงานของกองทุนเป็นไปอย่างมีระบบและสามารถแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว เนื่องจากสมาชิกเป็นบุคคลในโดยตรง ลำดับต่อมา ด้านการตัดสินใจส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน เมื่อชุมชนเข้าร่วมในการกำหนดแผนการทำงานการตัดสินใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ วิธีปฏิบัติ และนโยบายของกองทุนทำให้โครงการมีความสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนจึงส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และด้านการประเมินผลส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นลำดับสุดท้าย เนื่องจากชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุน ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้และปรับปรุงแนวทางการทำงานให้เหมาะสมกับสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนแต่ละพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินงาน

1. ผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลของภาวะผู้นำด้านการสร้างแรงบันดาลใจส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นอันดับแรก ดังนั้นควรมีการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้นำกองทุนหมู่บ้านให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการพัฒนาทักษะด้านภาวะผู้นำและการสื่อสารวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนผ่านการอบรมหรือเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้

2. ผลการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในทุกด้าน ดังนั้นการพัฒนาโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองควรมีการกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ และประเมินผลโครงการอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและสร้างความไว้วางใจในกองทุน

ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น เช่น การบริหารจัดการเชิงรุกหรือธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญในยุคปัจจุบันซึ่งผู้นำกองทุนจะต้องมีความตระหนักเป็นอย่างยิ่งเพราะ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านผ่านวัฒนธรรมองค์กรที่ต้องมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกับความพร้อมด้านทรัพยากรหรือการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อให้สามารถนำไปใช้พัฒนากองทุนหมู่บ้านอย่างยั่งยืนครอบคลุมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมประชาสัมพันธ์. (2567). *รัฐบาลขึ้นนโยบายพลิกฟื้นเศรษฐกิจฐานราก ให้ชุมชนร่วมคิดร่วมทำผ่านกองทุนหมู่บ้าน ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2567 จาก

<https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/314484>

กันต์พงษ์ กิตติธณกาญจน์ อนันต์ สุนทราเมธากุล และ อัยรา พรเจริญ. (2567). การมีส่วนร่วมและการบริหารตามแบบจำลอง 7s ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การดำเนินงานของสหกรณ์ในพื้นที่กลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ 6 จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารการจัดการและการพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(2), 35-50.

การณิก มหรรณพ และ เอกชัย อภิศักดิ์กุล. (2566). ผลกระทบของภาวะผู้นำระดับหัวหน้างานต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 18(3), 354-363.

ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. ตาก. โปรเจ็คท์ ไฟฟ์.

- เขาวลิต แจ่มสว่าง. (2561). *ประสิทธิผลของการดำเนินงานตามนโยบายกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ในพื้นที่ตำบลนครปฐม อำเภอนครปฐม จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- เบญญาทิพย์ ทองคำ. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานศูนย์จัดการกองทุนชุมชนในพื้นที่เขตเมืองตามแนวทางของกรมการพัฒนาชุมชน*. Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD). 8332. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/8332>
- ปรัชญา บุตรสะอาด พิชัยภรณ์ ฉันทวิริยสกุล และ สุขสร ทองที. (2566). การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ. *วารสารปรัชญาประชาคม*, 1(2), 71–88.
- พจนา ปัทมกรภักดี ภูมิ ชันชะหัด และ ธนิศร ยืนยง. (2567). การมีส่วนร่วมของประชาชนและบทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม, *วารสารบริหารธุรกิจ*, 25(1), 259-266.
- พรพิงค์ จำปานาค และสมหมาย อุดมวิทิต (2562). การประเมินประสิทธิผลและปัจจัยที่กำหนดผลการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในจังหวัดสมุทรสงคราม. *PIM 9th National and 2nd International Conference 2019 and 2nd Smart Logistics Conference, 5 July 2019 (C1-C13)*. กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- พลทรัพย์ ศรีธรรมมา สำราญ วิเศษ และ จารุกัญญา อุดานนท์. (2567). การบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 4(4), 1493–1508.
- มณฑนา ยามา. (2561). *อิทธิพลของความรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ในเขตตำบลกกตูม อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- อัศวิน สุขประเสริฐ และจิตติพัฒน์ หิรัญนิธารัง. (2566). ภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ของผู้บริหารสถานศึกษาในสำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร. *Lanna Academic Journal of Social Science*, 1(3), 16–29.
- วัชร รัตนะ ละมัย ร่มเย็น และสัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตอำเภอนาหว้า จังหวัดสกลนคร, *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 4 (2), 507-528.
- ศุภชัย ศักดิ์ตระกูล. (2566). การส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของกองทุนหมู่บ้าน จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมบริหาร*, 7(2), 261–275.
- สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ. (2565). ระบบคลังความรู้กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง . สืบค้นจาก <https://www.villagefund.or.th/th/home>
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567). *โครงการสำรวจข้อมูลเศรษฐกิจชุมชนฐานราก ปีงบประมาณ 2567*. สืบค้นจาก <https://tps.go.th/document/2410-000000007>
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2567). *กองทุนหมู่บ้านมั่นคง ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน*. สืบค้นจาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/90627>
- อิงสรณ ศรีม่วง สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง และ จิตติ กิตติเลิศไพศาล. (2565). ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริตระดับหมู่บ้านในเขตอำเภอบ้านม่วง จังหวัดสกลนคร. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 2(3), 197-216.



- อัมฤตา สาริวงค์ และธนุพงษ์ ลมอ่อน. (2565). รูปแบบการบริหารจัดการพื้นที่สาธารณะอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ตำบลเสริมขวา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 10(2), 24-37.
- พิชญรดา พันธุ์ธรร ภาร ชันชะหัดต์ และธนิศร ยืนยง. (2566). ภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 17(1), 332-346.
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Planning Association*, 35(4), 216-224.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 8(3), 213-235.
- Drucker, P. (1993). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper Collins Publishers, Inc., New York.
- Neely, A., Adams, C., & Kennerley, M. (2002). *The performance prism: The scorecard for measuring and managing business success*. Financial Times/Prentice Hall.
- Ninsalam, K. J., & Agustiansyah, D. (2021). Village fund management in Indonesia: A review of literature. *International Journal of Community Development*, 56(4), 561-580.
- Pretty, J.N. (1995) Participatory Learning for Sustainable Agriculture. *World Development*, 23, 1247-1263.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Swanburg, R. C. (1996). *Introduction to management and leadership for nurse managers*. Jones & Bartlett Learning.

การเปรียบเทียบการพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลางด้วยกิจกรรม
การเรียนรู้แบบเชิงรุกของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
A Comparative Study on the Development of Mandarin Chinese
Pronunciation Skills through Active Learning Activities Among
sophomore and junior in the Business Chinese Course,
Faculty of Business Administration and Technology,
Inter-Tech Lampang College

สุพรรณษา วงศ์สวัสดิ์

Supansa Wongsawat

อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์และการศึกษา วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Lecturer, Faculty of Liberal Arts and Education, Inter-Tech Lampang College

Corresponding Author; ws.supansa.wongsawat@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทักษะการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลางของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ ชั้นปีที่ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจก่อนและหลัง วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง โดยการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การอ่านออกเสียงภาษาจีนกลาง นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ ก่อนและหลัง วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง โดยการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของ นักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก ประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 จำนวน 18 คนในรายวิชา ภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง เป็นกลุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้ 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ แบบเชิงรุก สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาโดยหาค่าเฉลี่ยและร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า 1) คะแนนทักษะการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลางของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง ก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ย 12.22 คะแนน หลังเรียนมีค่าเฉลี่ย 18.44 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 100 2) เปรียบเทียบการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลาง นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน โดยการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก และ 3) นักเรียนมีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง, การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก, วิชาภาษาจีนธุรกิจ

ABSTRACT

This research aims to: 1) study the Chinese language reading skills of second-year and third-year students in the Business Chinese course before and after implementing active learning at Lampang Inter-Tech College 2) compare the achievement in Chinese pronunciation between second-year and third-year students in the Business Chinese course before and after implementing

active learning at Lampang Inter-Tech College and 3) study student satisfaction towards active learning. The population consisted of 18 second-year and third-year students in the Business Chinese course at Lampang Inter-Tech College, selected through purposive sampling. The research instruments included: 1) learning management plans 2) learning achievement tests and 3) a satisfaction questionnaire on active learning. The statistical analysis employed descriptive statistics by calculating means and percentages.

The research findings revealed that: 1) The average score of Chinese pronunciation skills among second-year and third-year students in the Business Chinese course at Lampang Inter-Tech College was 12.22 points before learning and 18.44 points after learning, representing 100 percent. 2) When comparing Chinese pronunciation, students post-learning scores were higher than pre-learning scores through active learning management and 3) Students had the highest level of satisfaction towards active learning.

Keywords: Mandarin Chinese Reading Proficiency, Active Learning Approach, Business Chinese Instruction

บทนำ

ภาษาจีนในประเทศไทยนั้นมามีมาตั้งแต่สมัยอยุธยาโดยเริ่มจากกลุ่มชาวจีนที่เข้ามาค้าขายกับประเทศไทย และได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทยกลายเป็นชุมชนชาวจีน และได้มีการเรียนการสอนภาษาจีนขึ้น ซึ่งในยุคแรกเริ่มนั้นการสอนภาษาจีนมีจุดประสงค์เพื่อความรู้ทางด้านภาษา วัฒนธรรม และประเพณีความเชื่อต่าง ๆ ให้แก่ลูกหลานเพื่อสืบทอดต่อไม่ให้สูญสลาย (ตุลยบุญญ์ สุภา และฉี เสวียหง, 2560) การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย มีมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 ที่มีโรงเรียนจีนแห่งแรกในจังหวัดอยุธยา ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่โรงเรียนจีนขยายเพิ่มมากขึ้น (ประพิน มโนมัยวิบูลย์, 2550) โดยในปัจจุบันได้มีการจัดเป็นโปรแกรมวิชาเลือกในสถานศึกษาชั้นพื้นฐาน เช่นเดียวกับ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน และภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวันเนื่องจากเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีทัศน์ของชุมชนโลก จึงได้ยกระดับการศึกษาในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศเป็นภาษาที่สามในการจัดการเรียนการสอน ซึ่งภาษาจีนเป็นภาษาที่มีความสำคัญและมีบทบาทในการพัฒนาประเทศอย่างมากทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ความมั่นคง การท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสารและด้านการศึกษา ซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในอนาคต จะได้ว่าทั้งสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้นำวิชาภาษาจีนไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนตั้งแต่ ระดับอนุบาล ระดับประถม ระดับมัธยม และยังสามารถเปิดเป็นหลักสูตรในระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาทั้งของภาครัฐ ภาคเอกชน และศึกษานอกระบบโรงเรียน รวมทั้งยังมีการเปิดเป็นหลักสูตรระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัย เนื่องจากสังคมมีการเปิดกว้างทางด้านการค้ามากขึ้นจึงมีความต้องการเรียนภาษาจีน เพื่อนำไปใช้ในการปฏิสัมพันธ์ทางการค้าและเศรษฐกิจ จึงทำให้ภาษาจีนได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น แต่ทว่าในปัจจุบันการเรียนการสอนภาษาจีนยังไม่มีมาตรฐาน โดยเฉพาะสถานศึกษาต่าง ๆ ได้จัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนภาษาจีนขึ้นเอง โดยประสานกับผู้เชี่ยวชาญภาษาจีนที่พึงจัดหาได้หรือใช้หลักสูตรรวมกันในลักษณะเครือข่ายกับสถานศึกษาที่มีความเข้มแข็งจึงยังไม่มีหลักสูตรกลางที่จะใช้เป็นมาตรฐาน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562)

การพัฒนาการอ่านภาษาจีนกลาง โดยผู้เรียนจะต้องเรียนรู้ระบบสัทอักษรที่ใช้อักษรภาษาอังกฤษกำกับเสียงของภาษาจีน (พินอิน) ซึ่งเป็นระบบการออกเสียงที่ได้มาตรฐานของภาษาจีนกลาง และเป็นเครื่องมือที่สำคัญ

ในการศึกษาระบบเสียงภาษาจีนที่มีประสิทธิภาพ ระบบพินอินเป็นการใช้อักษรภาษาอังกฤษมาเป็นสัญลักษณ์ใน 3 การสะกดคำ เนื่องจากพินอินมีลักษณะเป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษ ทำให้ผู้เรียนเข้าใจและจดจำได้ง่าย หากเทียบกับภาษาไทยแล้วพินอินเปรียบเสมือนพยัญชนะและสระของภาษาจีน การอ่านออกเสียงระบบสัทอักษรจีน (พินอิน) โดยการใช้อักษรภาษาอังกฤษ a – z แทนเสียง พยัญชนะและเสียงสระของการอ่านอักษรจีนทั้งหมด โดยการอ่านออกเสียง พยัญชนะ สระและวรรณยุกต์ของผู้เรียน การออกเสียงจะทำให้การสื่อความหมายให้อดคล้องกับความ ต้องการของผู้ส่งสารและการออกเสียงให้ตรงตามสำเนียงของเจ้าของภาษาจะทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจและประทับใจ (อรทัย ธรรมนาม, 2561) การจัดการเรียนการสอนโดยใช้คำศัพท์ร่วมกับการทำกิจกรรมเป็นการฝึกทักษะ การอ่านที่สำคัญอีกประการ โดยผู้เรียนต้องมีเรียนรู้และจำคำศัพท์ภาษาจีนกลางให้เพียงพอ เพื่อให้สามารถอ่านและทำความเข้าใจเนื้อหา ซึ่งกิจกรรมที่จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ ได้แก่ บัตรคำศัพท์ เกมจับคู่ และแบบฝึกหัดเติมคำ จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถจำคำศัพท์ภาษาจีนได้ง่ายขึ้น (เจนจิรา ขอนขว้าง, 2563) นอกจากนี้คำศัพท์ ภาษาจีนที่ใช้ควรปรับตามบริบทพื้นที่และสถานการณ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการคิด และฝึกการใช้ภาษาจีนเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำความเข้าใจและใช้ภาษาจีนในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เยาวลักษณ์ วิสุทธิ์สิริ และคณะ, 2568) อีกทั้งการพูดแนะนำตัวเองเป็นภาษาจีนก็ยังเป็นหนึ่งในทักษะพื้นฐาน ที่จำเป็นสำหรับการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการเขียนบทแนะนำตัวเอง การอ่านออกเสียง หรือการฝึกแนะนำตัวผ่าน คลิปวิดีโอ จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถฝึกฝนทักษะเบื้องต้นในการสื่อสารได้ (ธนาภรณ์ โคตรพัฒน์, 2568)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง ได้ให้ความสำคัญกับภาษาจีนกลาง โดยทางหลักสูตรได้นำรายวิชาภาษาจีนธุรกิจเข้าใน โครงสร้างรายวิชาหลักสูตร เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนในสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ได้เรียนรู้และฝึกฝนทักษะ ภาษาจีนกลางที่เกี่ยวข้องในสายอาชีพบริหารธุรกิจ เนื่องจากวิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปางได้รับนักศึกษาจีนเข้ามา เรียนในหลักสูตรทั้งระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา จึงต้องมีการพัฒนาทักษะด้านภาษาจีนเพื่อใช้ในการ สื่อสารและการประสานงาน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องฝึกทักษะการเรียนรู้ทั้ง 4 ทักษะ คือ 1) ทักษะการฟัง 2) ทักษะการพูด 3) ทักษะการอ่าน และ 4) ทักษะการเขียน โดยต้องพัฒนาทั้ง 4 ทักษะไปพร้อมกัน โดยเฉพาะ ทักษะการพูดเป็นหัวใจหลักที่แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนสามารถพูดสื่อสารและมีความรอบรู้ในภาษาจีนได้อย่างชัดเจน ทักษะการพูดเป็นทักษะที่ถ่ายทอดออกมาทางความคิด ความเข้าใจ และความรู้สึกเพื่อใช้สื่อสารในชีวิตประจำวันได้ (มนตรี ดีโนนโพธิ์, 2564) ผนวกกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562) ได้มีการจัดการเรียน การสอนในรูปแบบ Active Learning ที่เน้นกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมบทบาทและการมี ส่วนร่วมของผู้เรียน โดยให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ เรียนรู้ และดำเนินกิจกรรมด้วยตนเอง โดยมีผู้สอนเป็นผู้ให้ คำแนะนำชี้แนะ กระตุ้น หรืออำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และเกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้เรียน การจัดการเรียนรู้ Active Learning มีรูปแบบและเทคนิคที่ หลากหลาย โดยผู้สอนสามารถออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้เกิดการ ประยุกต์ใช้ทักษะ และเชื่อมโยงองค์ความรู้เพื่อนำไปปฏิบัติ แก้ไขปัญหา หรือประกอบอาชีพในอนาคต (วารินทร์พร ฟันเพื่องฟู, 2562)

จากการรายงานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง พบว่า ผลคะแนน รายวิชาภาษาจีนธุรกิจ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ผู้เรียนมีพัฒนาการทางด้านทักษะภาษาจีนกลางที่ยังไม่มี ประสิทธิภาพเท่าที่ควร สาเหตุสำคัญมาจากความแตกต่างทางด้านคำศัพท์ ไวยากรณ์ โครงสร้างประโยค และการออกเสียงทำให้ผู้เรียนไม่สามารถทำความเข้าใจได้ อีกทั้งผู้เรียนในสาขาวิชาธุรกิจสมัยใหม่มีจำนวนชั่วโมง การเรียนในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 3 ชั่วโมงเท่านั้น ทำให้การเรียนรู้และพัฒนาทักษะ ภาษาจีนกลางของผู้เรียนยังขาดความต่อเนื่องและการเรียนภาษาจีนจำเป็นต้องอาศัยการทบทวนบ่อยครั้ง จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นความจำเป็นในการพัฒนาความสามารถในการอ่านออกเสียงภาษาจีนของผู้เรียน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนภาษาจีน พบว่า การใช้

กิจกรรมทางภาษาจีนในการเรียนการสอน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะทางภาษาได้มากขึ้นและเป็นการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ทางภาษาที่จะสามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการจัดการการเรียนรู้แบบเชิงรุก สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ ของวิทยาลัยอินเตอร์เทคเล่าปาง เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลางให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อผู้เรียนมากยิ่งขึ้น โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียน (Active Learning) ได้ฝึกทักษะการอ่าน ฝึกปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรายวิชาภาษาจีนธุรกิจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทักษะการอ่านภาษาจีนกลางก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) ของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียน วิทยาลัยอินเตอร์เทคเล่าปาง โดยการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนทักษะการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลางด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) ของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคเล่าปาง
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาหลังเรียนในการจัดการจัดการการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) ของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคเล่าปาง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง

ทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง (普通话阅读 - Pǔtōnghuà yuèdú) หมายถึง กระบวนการทำความเข้าใจและถอดรหัสความหมายของตัวอักษรจีน (汉字 - Hànzì) ที่ใช้ในภาษาจีนกลาง ซึ่งเป็นภาษาราชการของสาธารณรัฐประชาชนจีน และใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศไต้หวัน ประเทศสิงคโปร์ และชุมชนชาวจีนทั่วโลกเป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก การวิจัยของดวงกมล นามสองชั้น (2565) ได้กล่าวว่า สื่อมัลติมีเดียกับการสอนภาษาจีนในประเทศไทยปัจจุบันที่เป็นยุคเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันครูผู้สอนภาษาจีนต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงของสังคม การนำเอามัลติมีเดียมาใช้เป็นเครื่องมือในการอ่านและความสะดวกในการเรียนการสอนนั้นมีความเหมาะสมในยุคของการศึกษา 4.0 หรือสื่อในศตวรรษที่ 21 ครูผู้สอนจะต้องทำการสร้างสื่อมัลติมีเดียแต่ละประเภทตามทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งการใช้สื่อมัลติมีเดียในการสอนภาษาจีนจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความรู้และส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะในการเรียนภาษาจีน ได้แก่ ทักษะการฟัง ทักษะการพูด ทักษะการอ่าน และทักษะการเขียนให้ได้ดีขึ้น งานวิจัยของศิริรัตน์ ณ เชียงใหม่ (2561) ได้ให้ความหมายของระบบพินอินว่าเป็นเครื่องมือทางด้านภาษาจีนที่สะดวกและง่ายต่อการศึกษาภาษาจีนและอักษรจีน ทำให้ผู้เรียนสามารถพูดและเขียนตัวอักษรจีนได้เรียนรู้ระบบการออกเสียงภาษาจีนได้อย่างถูกต้องด้วยการยืมอักษรโรมัน เช่น b p m f a o e มาใช้เป็นสัญลักษณ์แทนเสียงพยัญชนะเสียงสระ และเสียงวรรณยุกต์ของภาษาจีนกลาง แต่เป็นการใช้สัญลักษณ์แทนเสียงเท่านั้น ส่วนระบบการออกเสียงเป็นระบบเสียงของภาษาจีนกลางไม่ใช่การออกเสียงภาษาอังกฤษ งานวิจัยของนภาพร บำรุงศิลป์ (2560) ได้กล่าวว่า การอ่านเป็นทักษะทางภาษาที่จำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวัน เนื่องจากเป็นทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการสื่อสาร การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการแสวงหาความรู้ โดยเฉพาะการเรียนภาษาที่สองที่ไม่ใช่ภาษาประจำชาติของผู้เรียนจะต้องให้ความสำคัญกับการฝึกอ่านออกเสียง เพราะการอ่านออกเสียงมีความสัมพันธ์กับการสะกดคำจะช่วยฝึกสะกดคำและอ่านออกเสียงหน่วยเสียงในภาษานั้นได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าปัจจุบันภาษาจีนมีสื่ออักษรใช้กันอยู่สองแบบใหญ่ ๆ คือ แบบจู้ยิ่น (ZhuYin) และแบบพินอิน (PinYin) โดยแบบจู้ยิ่นนิยมใช้ในประเทศไต้หวัน และประเทศสิงคโปร์ ส่วนแบบพินอินนิยมใช้กันมาก

ในสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศไทยการสอนภาษาจีนส่วนใหญ่ใช้แบบพินอิน และท่องจำตัวสัญลักษณ์แบบจื๋อเพิ่มเติม ในที่นี้จะเรียกได้ว่า พินอิน คือ คำออกเสียงภาษาจีนกลาง โดยผู้เรียนต้องให้ความสำคัญในการฝึกอ่านออกเสียงบ่อย ๆ เพื่อให้ออกเสียงหน่วยเสียงในภาษาถูกต้องและชัดเจน

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) เป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก การศึกษาของเชษฐรัฐ กองรัตน์ (2567) ได้ให้คำนิยามของการเรียนรู้เชิงรุก หรือ active learning ว่าเป็นแนวคิดในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 โดยอยู่บนพื้นฐานปรัชญาการศึกษาที่พัฒนาการนิยมและทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ ซึ่งถูกหยิบยกขึ้นมาถ่ายทอดเพื่อสร้างความหมายจนกลายเป็นการจัดการเรียนรู้เชิงรุก โดยผ่านกฎหมาย นโยบาย และยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ของรัฐ เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนและปฏิรูปการศึกษาของประเทศไทยสู่การปฏิบัติในชั้นเรียน การศึกษาของมนตรี ดีโนนโพธิ์ (2564) ได้ให้ความหมาย การจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) คือ กระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิควิธีที่หลากหลาย โดยให้ผู้เรียนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและผู้เรียนด้วยกันเอง จะเน้นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริงและใช้การสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การศึกษาของภริมา วิธาสถิตกุล และชนินันท์ แยมขวัญยืน (2565) ได้กล่าวว่า แนวทางการจัดการเรียนการสอนที่เป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ผ่านการเรียนรู้เชิงรุกเป็น การออกแบบการจัดการเรียนการสอนของผู้สอนเพื่อขยายขอบเขตความรู้จากการเปิดโอกาสให้ผู้เรียน เสนอสิ่งที่ผู้เรียนสนใจอย่างแท้จริง ผ่านวิธีการหรือการออกแบบการจัดการเรียนการสอนที่มีการกำหนด อย่างเป็นขั้นตอน ประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมายในสิ่งที่ผู้เรียนจะต้องทำ การวางแผน การลงมือ ปฏิบัติ การสะท้อนความรู้ ภายได้ การคิด การวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การมีส่วนร่วม ผู้เรียนจะเกิด ประสบการณ์และผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้ที่ดีขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562) ได้ให้คำนิยามของการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับการเรียนการสอน กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดขั้นสูงด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินค่า โดยผู้เรียนจะต้องมีทักษะการอ่าน เขียน ตั้งคำถาม อภิปรายร่วมกัน และลงมือปฏิบัติจริง สอดคล้องกับการศึกษาของกมล โพธิเย็น (2564) ได้เสนอว่าการเรียนรู้เชิงรุก เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะต้องลดบทบาทของผู้สอนไปเพิ่มบทบาทของผู้เรียนให้มากขึ้น เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือทำและได้คิดในสิ่งที่ทำลงไปเพื่อสร้างประสบการณ์ตรงให้เกิดขึ้นแก่ผู้เรียน โดยที่ผู้เรียนจะมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนและครูผู้สอนด้วยการทำงานร่วมกันทั้งในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนเกิดเป็นองค์ความรู้ขึ้นจากสิ่งที่ลงมือทำผ่านทักษะการฟัง ทักษะการพูด ทักษะการอ่าน และทักษะการเขียน ตลอดจนการอภิปรายและการสะท้อนความคิด เพื่อสร้างความหมายกับสิ่งที่ได้เรียนรู้ ซึ่งการเรียนรู้แบบเชิงรุกมีขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กระตุ้นความสนใจ 2) แสดงให้เห็นสถานการณ์ท้าทาย 3) อภิปรายสะท้อนความคิด 4) มีส่วนร่วมผลิตองค์ความรู้ และ 5) ช่วยกันสะท้อนเรื่อง โดยที่ผู้สอนอาจใช้กิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น การอภิปรายกลุ่มย่อย การแสดงบทบาทสมมติ การแสดงละคร การใช้สถานการณ์จำลอง การใช้กรณีศึกษา การทำงานกลุ่ม และ การใช้เกมเพื่อประกอบการจัดการเรียนรู้

ดังนั้น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active learning) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติเอง ได้พัฒนากระบวนการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสามารถสื่อสารได้จนเกิดเป็นองค์ความรู้ของตนเอง ซึ่งการเรียนรู้ในรูปแบบเชิงรุกนั้นจะเป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจะช่วยให้ผู้เรียนมีทักษะในการค้นคว้าหาความรู้พื้นฐานที่จำเป็น เพื่อพัฒนาให้ผู้เรียนไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ของการเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

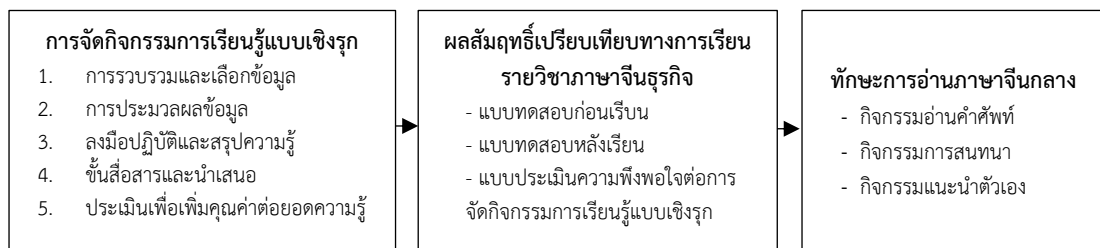
กรอบกระบวนการวิจัย

ตัวแปรต้น

การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลางด้วยการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) ได้แก่ กิจกรรมการอ่านคำศัพท์ กิจกรรมการสนทนา และกิจกรรมการแนะนำตัวเองของนักศึกษา ชั้นปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ

ตัวแปรตาม

1. ผลสัมฤทธิ์เปรียบเทียบก่อนเรียนและหลังเรียนทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง รายวิชาภาษาจีนธุรกิจ
2. ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning)



ภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิจัย

การดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 จำนวน 18 คน ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี ปีกการศึกษา 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แผนการจัดการแบบเชิงรุก (Active Learning) เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง โดยศึกษาคำอธิบายรายวิชาและผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ รวมถึงศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก เพื่อเป็นแนวทางในการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) ที่เน้นพัฒนาทักษะการอ่านภาษาจีนกลางและการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทักษะการอ่านภาษาจีนกลางของนักศึกษาปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ จำนวน 30 ข้อ 1 ฉบับ และแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning)

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

- 1) ชี้แจงการเรียนการสอนตามกระบวนการการเรียนรู้แบบเชิงรุกในการสอนทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง และแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง
- 2) ดำเนินการจัดกระบวนการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การเรียนรู้แบบเชิงรุก
- 3) แบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง ฉบับเดียวกันกับการสอบก่อนเรียน
- 4) แบบแสดงพึงพอใจหลังเรียนของนักศึกษาในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์จากทักษะการอ่าน ภาษาจีนกลางของนักศึกษา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (Excel) เพื่อเปรียบเทียบผลการทดสอบผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้การทดสอบค่า (t-test dependent) วิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการการเรียนรู้ในรูปแบบเชิงรุกในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ เรื่องทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง โดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษารายวิชาภาษาจีนธุรกิจที่นักศึกษาเรียนในการสะท้อนกลับของข้อมูลเพื่อนำมาจัดทำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียงภาษาจีนกลางที่จะกระตุ้นผู้เรียน สามารถอธิบายได้ว่าการใช้ชุดการเรียนรู้ภาษาจีน นักศึกษามีความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอน แต่ยังต้องการกิจกรรมเพิ่มเติมจากการเรียน นอกเหนือจากเนื้อหาในบทเรียนที่มีความน่าเบื่อและไม่น่าสนใจ เมื่อได้นำกิจกรรมกิจกรรมอ่านคำศัพท์ กิจกรรมการสนทนา กิจกรรมแนะนำตัวเอง มาใช้โดยให้นักศึกษาเป็นผู้เรียนรู้ด้วยตนเองทำกิจกรรมด้วยตนเอง จึงทำให้นักศึกษามีพัฒนาการด้านการเรียนภาษาจีนดีขึ้น จากการประเมินความพึงพอใจมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพิ่มมากขึ้นหลักใช้กิจกรรมการอ่าน แต่งประโยคบทสนทนาภาษาจีน พบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนของนักเรียนเท่ากับ 12.22 คะแนน และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 18.44 คะแนน เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน โดยคะแนนเฉลี่ยผลต่างที่เพิ่มขึ้น 6.22 คิดเป็นร้อยละ 100 และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนแบบเชิงรุกอยู่ในระดับที่พอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 คิดเป็นร้อยละ 90.56

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบการอ่านภาษาจีนกลางด้วยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้รูปแบบเชิงรุกก่อนเรียนและหลังเรียนของวิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี

คนที่	คะแนนก่อนเรียน	คะแนนหลังเรียน	dif	percent
1	16	22	6	20.00
2	20	30	10	33.33
3	18	28	10	5.36
4	13	15	2	8.93
5	11	15	4	8.93
6	17	18	1	1.79
7	5	13	8	3.57
8	15	17	2	0.89
9	3	10	7	7.14
10	13	23	10	1.79
11	7	16	9	6.25
12	13	22	9	8.93
13	17	20	3	8.04
14	15	19	4	8.04
15	15	23	8	2.68
16	7	14	7	3.57
17	5	13	8	7.14
18	10	14	4	6.25
รวม	220	332	112	100.00
mean	12.22	18.44	6.22	5.56
SD.	5.02	5.65	3.72	10.13

จากตารางที่ 1 พบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนของนักเรียนเท่ากับ 12.22 คะแนน และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 18.44 คะแนน เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน โดยคะแนนเฉลี่ยผลต่างที่เพิ่มขึ้น 6.22 คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจหลังเรียน ด้วยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุกของนักศึกษาปีที่ 2 และ 3 ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี

หัวข้อความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีรูปแบบ/วิธีการ/เทคนิคการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับจุดประสงค์	4.56	0.50	มากที่สุด
2. เนื้อหาของบทเรียนมีความน่าสนใจและตรงกับความต้องการของผู้เรียน	4.22	1.34	มาก
3. การนำเข้าสู่บทเรียนมีความเหมาะสมตรงกับเรื่องที่สอน	4.56	0.76	มากที่สุด
4. ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนสอดคล้องกับแผนการจัดการเรียนรู้	4.56	0.50	มากที่สุด
5. การเรียนรู้แบบ Active Learning ทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนได้ดีขึ้น	4.56	0.50	มากที่สุด
6. ความยากง่ายของเนื้อหาเหมาะสมกับความสามารถของผู้เรียน	4.56	0.60	มากที่สุด
7. เนื้อหา บทสนทนา ภาษา ตรงกับความสนใจและความต้องการของผู้เรียน	4.06	0.85	มาก
8. การจัดการเนื้อหาเหมาะสมกับเวลาเรียน	4.39	0.76	มาก
9. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ช่วยพัฒนาทักษะการอ่านภาษาจีนของนักศึกษา	4.89	0.31	มากที่สุด
10. การเรียนรู้ในรูปแบบนี้ทำให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นและสนุกกับการเรียน	4.83	0.37	มากที่สุด
11. สื่อการเรียนรู้ (หนังสือ แบบฝึกหัด วิดีโอ ฯลฯ) มีประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะการอ่านภาษาจีนของนักศึกษา	4.50	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.51	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี มีความพึงพอใจหลังเรียนต่อการจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาจีนธุรกิจ เรื่องทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุกในภาพรวมนักศึกษาเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทั้งหมด 10 ข้อ นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับดีมาก

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาทักษะการอ่านภาษาจีนกลางด้วยกิจกรรมอ่านคำศัพท์ กิจกรรมการสนทนา และกิจกรรมแนะนำ เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนทักษะการอ่าน

ออกเสียงภาษาจีนกลางด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุกและความพึงพอใจของนักศึกษา หลังเรียนในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุกสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

คะแนนผลสัมฤทธิ์ทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 รายวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง ก่อนเรียน มีค่า 12.22 คะแนน หลังเรียนการเรียนการสอนแบบแบบเชิงรุกมีค่า 18.44 คะแนน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 100 แสดงว่า การจัดการเรียนรู้แบบแบบเชิงรูกนั้นสามารถพัฒนาทักษะการอ่านภาษาจีนกลางของนักศึกษาได้ ทั้งนี้เป็นเพราะการจัดการเรียนรู้แบบแบบเชิงรุกช่วยให้อาจารย์ผู้สอนได้นำวิธีการสอนที่หลากหลายส่งผลให้นักศึกษาได้ฝึกทักษะภาษาจีนกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะดา ศรีบุญยดี (2565) ที่ได้ เปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์และสมาธิของนักศึกษาก่อนและหลังเรียนด้วยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกในรายวิชาภาษาจีน พบว่า นักศึกษามีระดับความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าช่วงก่อนการเรียนด้วยกิจกรรมการจัดการเรียนรู้เชิงรุกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีสมาธิจดจ่อกับการเรียนสูงกว่าช่วงก่อนการเรียนด้วยกิจกรรมการจัดการเรียนรู้เชิงรุกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่าการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกสามารถเสริมสร้างพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์และสมาธิของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของภริมา วิธาสถิตกุล และชนินันท์ แยมขวัญยืน (2565) ที่ได้ให้แนวทางการจัดการเรียนการสอนผ่านการเรียนรู้เชิงรุกเป็นการออกแบบการจัดการเรียนการสอนของผู้สอนเพื่อขยายขอบเขตความรู้จากการเปิดโอกาสให้ผู้เรียน เสนอสิ่งที่ผู้เรียนสนใจอย่างแท้จริง ผ่านวิธีการจัดการเรียนการสอนอย่างเป็นขั้นตอนภายใต้การคิด การวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการมีส่วนร่วม ทำให้ผู้เรียนจะเกิดประสบการณ์ในการเรียนรู้ที่ดียิ่งขึ้น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุกสามารถพัฒนาทักษะการอ่านออกภาษาจีนกลางได้ดีขึ้น

การเปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ทักษะการอ่านภาษาจีนกลาง สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 รายวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปางก่อนเรียนและหลังเรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก พบว่า มีคะแนนสูงกว่าก่อนเรียนคะแนนเฉลี่ยผลต่างที่เพิ่มขึ้น 5.78 อาจจะเป็นเพราะว่า นักศึกษามีพัฒนาการที่มีการพัฒนาขึ้น เมื่อได้รับการจัดการเรียนรู้แบบแบบเชิงรุกที่ให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติ พัฒนาระบบการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพจนเกิดเป็นองค์ความรู้ จึงเป็นการส่งเสริมให้นักเรียนได้รับพัฒนาทักษะภาษาจีนเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของมนตรี ดีโนนโพธิ์ (2564) ที่ได้กล่าวว่าจัดการการเรียนรู้แบบเชิงรุก เป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้ด้วยเทคนิคและวิธีการที่หลากหลาย โดยให้ความสำคัญกับผู้เรียน ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและผู้เรียนด้วยตนเอง ด้วยการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง และการสนทนา สอดคล้องกับการศึกษาของมะลิตา จันทรีใหม่ และคณะ (2560) ที่ได้ศึกษากระบวนการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร ด้วยเทคนิคการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) พบว่า ผู้สอนภาษาจีนในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ภาษาจีนในรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก โดยเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและผู้สอน ด้วยการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสร้างองค์ความรู้ ทำให้เกิดการประยุกต์ใช้การเรียนรู้เชิงรุกในการสอนภาษาจีนมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นในการเรียนมากขึ้น ทั้งนี้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกจะต้องคำนึงถึงพื้นฐานของผู้เรียน กลยุทธ์การสอน และทรัพยากรในการจัดการเรียนรู้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาจีนได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ต่าง ๆ ตามที่ต้องการ และสอดคล้องกับการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันตลอดจนถึงการประยุกต์ใช้ในการเรียนภาษาจีนขั้นสูง

ความพึงพอใจหลังเรียนของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุกอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด พบว่า นักศึกษาได้รับการตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้โดยที่การจัดการเรียนรู้แบบแบบเชิงรุก เปรียบเทียบคะแนนจากก่อนเรียนและหลังเรียน ซึ่งสามารถตอบสนองความถนัดและความพร้อมในการเรียนรู้ได้อย่างหลากหลาย มีการให้นักศึกษาได้ทำกิจกรรมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมการอ่านคำศัพท์ กิจกรรมสนทนา และกิจกรรมแนะนำตัวเอง ทำให้นักศึกษาได้ใช้ทักษะทางภาษาในการสื่อสารได้อย่างคล่องแคล่ว สอดคล้องกับการศึกษาของนภาพร บำรุงศิลป์ (2560) ที่ได้กล่าวว่า การเรียนภาษาที่สองซึ่งไม่ใช่ภาษาประจำชาติ ผู้เรียนจะต้องให้ความสำคัญกับการฝึกอ่านออกเสียงเพราะการอ่านออกเสียงมีความสัมพันธ์กับการสะกดคำจะช่วยฝึก

สะกดคำและอ่านออกเสียงหน่วยเสียงในภาษานั้นให้ถูกต้องและชัดเจน นอกจากนั้นยังสอดคล้องงานวิจัยของ
เชษฐรัฐ กองรัตน์ (2567) พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจและอยากให้มีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบแบบ
เชิงรุกในระดับมากที่สุด เนื่องจากเป็นกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษาเป็นผู้เรียนรู้ด้วยตนเองทำกิจกรรม
ด้วยตนเอง ช่วยพัฒนาทักษะการอ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพที่มีความสนุกสนาน หลากหลาย มีประโยชน์ สามารถ
นำไปใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้ และยังส่งเสริมให้นักศึกษามีความมั่นใจในทักษะการพูดภาษาจีนกลางของ
ตนเองมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

- 1) ควรออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุกให้เหมาะสมกับระดับความสามารถของผู้เรียน
- 2) ควรใช้สื่อการสอนที่หลากหลาย เช่น วิดีโอ เสียงประกอบ และแอปพลิเคชันฝึกออกเสียง
- 3) ควรกำหนดกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นการฝึกฝนการออกเสียงอย่างต่อเนื่อง
- 4) ใช้การเรียนแบบกลุ่มย่อยเพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกออกเสียงและรับคำแนะนำโดยตรงจากครู
- 5) ควรใช้แบบทดสอบก่อนและหลังเรียนเพื่อประเมินพัฒนาการของนักเรียน
- 6) ควรมีการสังเกตพฤติกรรมและการออกเสียงของผู้เรียนเป็นรายบุคคล

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาแนวทางการผสมผสานวิธีการสอนหลายรูปแบบเพื่อหาวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) ควรเพิ่มระยะเวลาในการศึกษาเพื่อให้เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
- 3) ควรใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย เช่น การสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก

รายการอ้างอิง

- เจนจิรา ขอนขว้าง. (2563). *การพัฒนาทักษะทางด้านการจำคำศัพท์ภาษาจีน โดยใช้บัตรภาพพร้อมคำศัพท์ภาษาจีน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนนาเชือกพิทยาสรรค์*. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสอนภาษาจีน). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เชษฐรัฐ กองรัตน์. (2567). การเรียนรู้เชิงรุก: วาทกรรมการศึกษาเพื่อพัฒนาผู้เรียน. *วารสารครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 52(1), 1-18
- ดวงกมล นามสองชั้น. (2565). สื่อมัลติมีเดียกับการสอนภาษาจีน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 16(1), 1-12.
- ตุลยนุสรณ์ สุภา และ นี เสวียง. (2560). การศึกษาปัญหาการออกเสียงภาษาจีนของนักศึกษา สาขาวิชาภาษาจีนธุรกิจวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 8(1), 115-124.
- ธนาภรณ์ โคตรพัฒน์. (2568).การพัฒนาทักษะการฟังและการพูดภาษาจีนกลางของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ธุรกิจการบิน ในกิจกรรมโครงการของสถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี. *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, 3(2), 100-114.
- นภาพร บำรุงศิลป์. (2560). *การพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอ่านออกเสียงคำศัพท์ภาษาจีนสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ประพิณ มโนมัยวิบูลย์. (2550). พัฒนาการของการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2568 จาก <https://harrit.in.th/handle/123456789/3359>.
- ปิยะดา ศรีบุศย์ดี. (2565). ผลของการจัดการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์และสมาธิของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาธุรกิจการโรงแรม. *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, 4(1), 77-96.



- ภริมา วินิธาสถิตกุล และชนินันท์ แยมขวัญยืน. (2565). การเรียนรู้เชิงรุก: แนวทางการเรียนการสอนที่เป็นเลิศในศตวรรษที่ 21. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 6(3), 921-933.
- มนตรี ดีโนโพธิ์. (2564). การพัฒนาทักษะการพูดภาษาจีนเบื้องต้นด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. *จันทรเกษมสาร*, 27(1), 106-123.
- มะลิตา จันทรใหม่, เฉิน เสี่ยวหวี, พนัส มัตยะสุวรรณ, คิมแทยยอง, & หทัยรัตน์ มัตยะสุวรรณ. (2567). กระบวนการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร ด้วยเทคนิคการเรียนรู้เชิงรุก. *วารสารอักษราพิบูล*, 5(1), 113-130.
- เยาวลักษณ์ วิสุทธิ์สิริ มนาภรณ์ บ้านเพ็ง และอัสมา ทรศนมีลาภ. (2568). การพัฒนาทักษะการพูดภาษาจีน โดยใช้กิจกรรมบทบาทสมมติ กรณีศึกษา จากวิทยาลัยนานาชาติ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 20(3), 112-121.
- วารินทร์พร ฟันเฟื่องฟู. (2562). การจัดการเรียนรู้ Active Learning ให้สำเร็จ. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 9(1), 135-145
- ศิริรัตน์ ณ เชียงใหม่. (2561). การแก้ไขปัญหาการออกเสียงพินอินโดยใช้ชุดฝึกทักษะการอ่านออกเสียงพินอินของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ปีการศึกษา 2561. สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2568 จาก <https://www.maetha.ac.th/home/การแก้ไขปัญหาการออกเสียง/>
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562). *แนวทางการนิเทศเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)*. สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2568 จาก http://academic.obec.go.th/web/images/document/1603180137_d_1.pdf
- อรทัย ธรรมนาม. (2561). *การพัฒนาความสามารถในการอ่านสะกดคำยากในภาษาจีนกลางของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านสะกดคำตามระบบสัทอักษรจีน (พินอิน)*. (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน), มหาวิทยาลัยบูรพา.

ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ใช้บริการร้านสะดวกซัก
ในเขตตำบลบ้านทุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
Effect of Service Marketing Mix of Digital Era Consumers Using
Convenient Laundry Services in Ban Thum Subdistrict,
Mueang District, Khon Kaen Province

รวพรรณ มั่นตรา*, กานต์ธิดา ช้อยุ่น, จิตติยา วิชัย, และ ศิรินทร สิงห์ทอง,
Rawat Mantra*, Kanthida Koryoon, Titiya Wichai and Sirintorn Singthong
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
Faculty Management Science, Institute Loei Rajabhat University
*Corresponding Author: rawat.man@lru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล และ 2) เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านสะดวกซักของร้านสะดวกซักตำบลบ้านทุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามเพศ รายได้ อายุและระดับการศึกษาของผู้บริโภคยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการร้านสะดวกซักในตำบลบ้านทุ่ม จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบสถิติ t-test และ F-test (One-way ANOVA) ตามวิธีของ LSD

ผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการความหลงใหลและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด ส่วนด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และด้านคุณค่า มีความคิดเห็นระดับมาก ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล จำแนกตามเพศและอายุพบว่าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน และจำแนกตามรายได้และการศึกษาพบว่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาดบริการ ร้านสะดวกซัก ผู้บริโภคยุคดิจิทัล

ABSTRACT

This study aims (1) to examine the level of opinions on the service marketing mix of digital consumers using laundromat services and (2) to compare the service marketing mix of laundry services of convenience laundry shops in Ban Thum Subdistrict, Mueang District, Khon Kaen Province, classified by gender, income, age and education level of digital consumers. The sample group consists of 400 digital consumers with prior experience using laundromat services in the area. The data were analyzed using basic statistics, including frequency, percentage, and standard deviation, while inferential statistics were applied using t-test and F-test (One-way ANOVA) with LSD.

The research findings indicate that the marketing mix components, including product, price, personnel, process, marketing promotion, consumer passion, and distribution channels, received the highest overall level of agreement from respondents. Meanwhile, the aspects of product positioning and business partnerships were rated at a high level. The comparison of consumer opinions on the services marketing mix, classified by gender and education level. The results of the comparison of differences in the marketing mix of digital age consumers classified by gender and age found no differences, so the hypothesis was rejected. The hypothesis was accepted because income and education were found to have statistically significant differences at the 0.05 level.

Keywords: Service Marketing Mix, Laundromat, Digital Consumers.

บทนำ

ร้านบริการซักผ้าหยอดเหรียญเป็นร้านที่อำนวยความสะดวกซักผ้าสำหรับบริการตนเอง เพื่อผู้ใช้บริการเข้าซักผ้าพร้อมอบผ้าในคราวเดียวกัน โดยได้รับความนิยมน้อยกว่าหลายเป็นผลมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิต (Life Style) ของผู้คนที่เปลี่ยนไป ความเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น ต้องการความสะดวกสบาย มีการใช้ชีวิตเร่งรีบ มีเวลาจำกัด การซักผ้าจึงจำเป็นต้องใช้ที่รวดเร็วในการซัก-อบแห้ง ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาและช่วยให้การดำเนินชีวิตเรียบง่ายขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจ, 2562) จึงมักเห็นโดยร้านสะดวกซักที่พบเห็นกันในปัจจุบัน มักอยู่ในทำเลที่มีผู้อยู่อาศัยหนาแน่น โดยกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ ประชาชนแฝงหรือผู้พักอาศัยในหอพัก หรืออพาร์ทเมนต์ และคอนโดมิเนียม นิสิตและนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในหอพัก นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการร้านสะดวกซักและ ผู้บริโภคโดยทั่วไปที่อาศัยอยู่ในแหล่งชุมชนหรือบริเวณหมู่บ้านไม่มีพื้นที่สำหรับตากผ้าหรือไม่มีเวลา เนื่องจากใช้พื้นที่สำหรับจอดรถยนต์ไปแล้ว พักอาศัยในหอพักอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งที่พักอาศัยเหล่านี้มีขนาดเล็กและมีพื้นที่ใช้สอยจำกัดจึงไม่มีพื้นที่มากพอที่จะวางเครื่องซักผ้า หรือพื้นที่ที่จะตากผ้าให้โดนแดดยังไม่มีเลยผู้นที่อาศัยอยู่ตามหอพักต่าง ๆ จึงมาใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ตามที่ส่วนกลางจัดไว้ให้เพราะประหยัดกว่าการซื้อเครื่องซักผ้าและไม่ลำบากเวลาจะต้องเปลี่ยนที่อยู่ใหม่ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2567)

เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคทั่วไปโดยเฉพาะพฤติกรรมคนเมืองที่ต้องการความสะดวกสบาย รวมถึงปัจจัยจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ไม่เอื้อต่อการซื้อเครื่องซักผ้าที่มีราคาสูง ในขณะที่นักลงทุนจำนวนหนึ่งที่หันมาลงทุนเปิดแฟรนไชส์ร้านสะดวกซัก เพื่อสร้างรายได้มากขึ้น โดยสังเกตจากจำนวนสาขามากขึ้นตามย่านชุมชนต่าง ๆ ที่มีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก ประกอบกับความต้องการของผู้คนในยุคปัจจุบันที่เน้นความสะดวกสบาย (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2567) ซึ่งพบว่าปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมาธุรกิจร้านสะดวกซักเติบโตเกือบ 2 เท่าจากปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา โดยเฉพาะช่วงฤดูฝน มียอดใช้บริการสูงกว่าปกติร้อยละ 40 และคาดการณ์ว่ามีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องไปอีกหลายปี ดังนั้น ตลาดร้านสะดวกซักมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่า หรือมีสาขารวมทุกแบรนด์ประมาณ 2,000 สาขาจากปัจจุบัน 1,000 สาขา จากการขยายตัวของความเป็นเมืองที่ผู้คนจำนวนมากเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ทำให้ต้องแข่งขันกับเวลาอยู่ตลอด และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ไปจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งด้านสังคม และสภาพเศรษฐกิจในยุคของการแข่งขันทำให้วิถีการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบันเป็นไปอย่างเร่งรีบส่งผลให้พฤติกรรมหรือรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการความสะดวกสบาย และมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาซักและรีดผ้าเอง อีกทั้งการอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ที่เป็นคอนโดมิเนียมซึ่งมีพื้นที่ใช้สอยไม่มากพอจึงอาจไม่มีพื้นที่ในการซักและตากผ้าที่มีขนาดใหญ่ เช่น ชุดเครื่องนอน หรือเสื้อผ้าในปริมาณที่มีจำนวนมาก (วรกานต์ เชื้อสำราญ, 2564)

ธุรกิจร้านสะดวกซัก หรือร้านซัก-อบผ้าที่แก้ไขปัญหาของการซักผ้าแบบเดิม ๆ ที่ใช้ระยะเวลานาน ทั้งซักและตากเพื่อให้เสร็จ ครบและจบในที่เดียวภายในไม่กี่ชั่วโมง ประกอบกับพฤติกรรมของคนไทยที่เปลี่ยนมาอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมหรืออพาร์ทเมนต์มากขึ้น ส่วนใหญ่มักจะไม่ค่อยมีเวลา จึงต้องการอะไรที่เข้ามาสร้างความสะดวกสบายในชีวิต ดังนั้น ธุรกิจการให้บริการของร้านสะดวกซัก จึงยังมีโอกาสเติบโตในไทยได้นั่นเองพอเป็นแบบนี้แล้วช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาที่ผู้บริโภคจะเห็นแบรนด์ร้านสะดวกซักเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ “Trendy Wash” หรือ “Urban Way” จากเดิมเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย ความเร็วสูงต่อมาบริษัทต้องการมองหาธุรกิจใหม่ ๆ โดยอาศัยจุดแข็งที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเครือข่าย โดยโจทย์ก็คือจะต้องเป็นธุรกิจที่สร้างการเติบโตให้กับบริษัทในระยะยาว รวมถึงจะต้องสร้างรายได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งธุรกิจที่ตอบโจทย์เรื่องนี้มากที่สุดก็คือ “ธุรกิจร้านสะดวกซัก” เพราะการซักผ้า เปรียบเสมือนเป็นปัจจัยสำคัญของทุก ๆ คนในการดำรงชีวิตไปแล้ว อย่างไรก็ตามในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้มีแบรนด์ร้านสะดวกซักเกิดขึ้นมากมาย จึงทำให้ธุรกิจร้านสะดวกซักมีการแข่งขันกันทวีความรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันด้านทำเล ราคาหรือการให้บริการ ดังนั้น ธุรกิจร้านสะดวกซักได้รับความนิยมเพราะตอบโจทย์ชีวิตคนเมืองที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วและใช้เวลาน้อยมีต้นทุนบริหารต่ำ เปิดบริการได้ 24 ชั่วโมง ใช้พื้นที่ไม่มาก เหมาะกับทำเลใกล้ที่พักอาศัยและยังสามารถสร้างรายได้เสริมจากบริการอื่น ๆ ได้อีกบริการแบบแฟรนไชส์ช่วยลดความเสี่ยงในการเริ่มต้น แต่ความสำเร็จขึ้นอยู่กับทำเล การบริหารและการดูแลเครื่องจักรให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอโทรศัพท์มือถือ (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2568)

ดังนั้น ธุรกิจร้านสะดวกซักจึงเป็นทางเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งในด้านของเวลาและความสะดวกสบายโดยจะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการต่าง ๆ มักเปิดให้บริการในย่านชุมชน หรือตามสถานที่พักที่เป็นคอนโดมิเนียมและคอมมูนิตี้ออลล์ประกอบกับตลาดร้านสะดวกซัก มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของสังคมเองและคนรุ่นใหม่ที่อาศัยอยู่ในเขตตำบล บ้านทุ่ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น รวมไปถึงผู้ที่อาศัยอยู่ในหอพักนักศึกษาต่างต้องการความสะดวกสบายตลอดจนรูปแบบการให้บริการตลอด 24 ชม. เพื่อรองรับความต้องการใช้บริการได้ตลอดเวลา เป็นผลให้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงเนื่องจากมีการขยายธุรกิจของผู้ให้บริการที่หลากหลายรูปแบบทั้งรูปแบบแฟรนไชส์ และผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมถึงมีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันตลาดร้านสะดวกซักได้มีผู้ให้บริการอยู่มากมาย จึงทำให้เห็นถึงช่องว่างในการศึกษาถึงการปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซัก 24 ชั่วโมงและการตัดสินใจในการใช้บริการร้านสะดวกซักว่ามีปัจจัยที่มีความหลากหลายที่มีผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งผลการศึกษาจะสามารถสนับสนุนผู้ให้บริการ รวมทั้งยังเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ที่กำลังสนใจลงทุนในธุรกิจนี้ (บุรินทร์ ศิริเนตร์ และคณะ, 2567) ดังนั้น ร้านซักผ้าหยอดเหรียญจึงเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่สามารถใช้ศึกษาได้ในหลายมิติในการตลาด ซึ่งช่วยให้นักวิจัยสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่และพัฒนานโยบายหรือเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการและการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซักของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในเขตตำบลบ้านทุ่ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านสะดวกซักของร้านสะดวกซัก ตำบลบ้านทุ่ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามเพศ รายได้ อายุและระดับการศึกษาของผู้บริโภคยุคดิจิทัล

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสบการณ์ตลาดบริการ หมายถึง แบบแผนพื้นฐานหรือแนวทางด้านการตลาดบริการที่ถูกกำหนดขึ้นสำหรับสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 9 มิติ ดังนี้ (Kotler & Keller, 2016; วรกานต์ เชื้อสำราญ, 2564)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ กลุ่มเป้าหมาย ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์และเครื่องใช้ที่ให้บริการ ภายในร้านสะดวกซักรับมีคุณภาพและทันสมัย ความหลากหลายของขนาดเครื่องซัก/อบผ้าที่ให้บริการภายในร้านสะดวกซัก จำนวนเครื่องที่ให้บริการเพียงพอต่อการใช้งาน คุณภาพของการซัก/อบเสื้อผ้า เช่น ผ้าสะอาด มีกลิ่นหอมสะอาดและเครื่องสะดวกซักมีความทันสมัย

2. ด้านราคา หมายถึง การกำหนดราคา การตั้งราคาของสินค้า หรือบริการ ราคาค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับร้านสะดวกซักบริเวณใกล้เคียง ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ ค่าบริการมีให้เลือกตามขนาด/ปริมาณผ้าที่ซักที่เหมาะสม มีหลายช่องทางในการชำระเงินเพื่อความสะดวก และมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ตั้งบริการของร้าน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ โดยที่ตั้งของร้านอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก ศูนย์บริการของผู้ให้บริการมีที่ตั้งหาง่าย มีพื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีช่วงเวลาให้บริการที่เหมาะสม และมีจำนวนสาขาเปิดให้บริการหลายพื้นที่

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง วิธีที่ร้านใช้สื่อสารกับผู้ใช้บริการ ความสะดวกในการใช้บริการ รวดเร็วในการให้บริการ การให้บริการฟรีในช่วงทดลองใช้/ใช้บริการครั้งแรกโปรโมชั่นลดราคาค่าบริการตามเทศกาลต่าง ๆ และมี Wi-Fi ระหว่างนั่งรอรับเสื้อผ้า

5. ด้านบุคลากร หมายถึง ปัจจัยครอบคลุมถึงการที่พนักงานของร้านสื่อสารปฏิบัติกับลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ ในขณะที่ให้บริการ พนักงานมีความอ่อนน้อมถ่อมตนและมีอัธยาศัยดี พนักงานบริการให้คำแนะนำ ให้ข้อมูลอย่างถูกต้องและชัดเจน พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสและให้บริการอย่างเต็มใจ พนักงานบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย

6. ด้านกระบวนการ หมายถึง วิธีการหรือกระบวนการของร้านที่ใช้ในการทำงาน เพื่อเข้าถึงกลไกทางการตลาดและบริการ ขั้นตอนในการใช้งานไม่ยุ่งยาก การซัก/อบผ้าที่ร้านสะดวกซักช่วยให้ประหยัดเวลาขึ้น การใช้งานสะดวกรวดเร็ว โดยสามารถสแกนจ่าย ณ จุดบริการและมีผลิตภัณฑ์ซักผ้าจำหน่ายในพื้นที่บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค

7. ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดจุดเด่นหรือสิ่งที่สามารถเป็นที่จดจำได้ว่าผลิตภัณฑ์และบริการของร้านอยู่ในตำแหน่งใด ช่องทางการจัดจำหน่ายตั้งของร้านสะดวกซักมีความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ ภายในร้านสะดวกซักมีการจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นระเบียบเรียบร้อยและ สะดวกต่อการใช้งาน การตกแต่งภายในร้านมีความทันสมัยมีป้ายขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน และป้ายชี้รายการมองเห็นได้ง่าย คู่มือและนามอง

8. ด้านคู่ค้า หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่มีบทบาทร่วมในการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนให้ธุรกิจสะดวกซักสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งคู่ค้าเหล่านี้มักมีความสัมพันธ์ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์หรือการร่วมมือกันในรูปแบบต่างๆ เช่น ผู้จัดหาเครื่องซักผ้าและเครื่องอบผ้า อุตสาหกรรมผู้ให้บริการซ่อมบำรุง ผู้จัดจำหน่ายน้ำยาทำความสะอาดและอุปกรณ์เสริม ธนาคารหรือสถาบันการเงิน ที่ให้สินเชื่อสำหรับการลงทุน รวมถึงพันธมิตรด้านเทคโนโลยี ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันชำระเงินและระบบควบคุมเครื่องซักผ้าอัตโนมัติ คู่ค้าเหล่านี้ช่วยให้เจ้าของธุรกิจสามารถลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

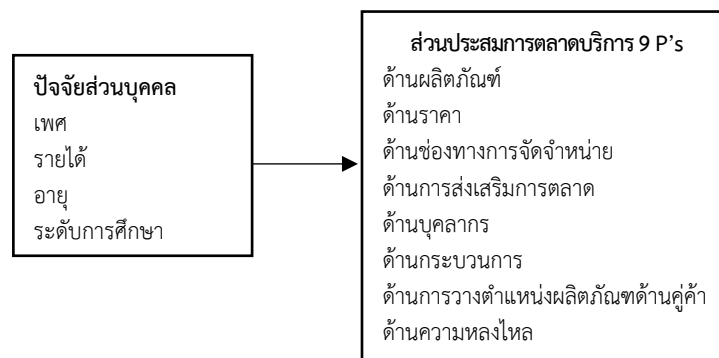
9. ด้านความหลงใหล หมายถึง ความรู้สึกปลื้ม คลั่งไคล้ในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศของร้านและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้าน นวัตกรรมหรือเครื่องซักผ้าที่มีความทันสมัยที่ให้บริการแบบครบวงจร ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำร้านสะดวกซักเมื่อมีโอกาสดูแลเครื่องซักผ้า/อบผ้ามีทันสมัยและมีนวัตกรรม และเมื่อทดลองใช้บริการแล้วพึงพอใจมาก เพราะมีความสะดวกจึงทำการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่าส่วนประสมการตลาดบริการของร้านสะดวกซัก ซึ่งครอบคลุมจำนวน 9 มิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณภาพ และความหลากหลายของเครื่องซัก/อบผ้า ด้านราคาที่ต้องแข่งขันและเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตั้งอยู่ในทำเลสะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาดผ่านโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ นอกจากนี้ยังรวมถึงบุคลากรที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร กระบวนการที่ง่ายและรวดเร็ว การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้จดจำได้ง่าย ความสัมพันธ์กับคู่ค้าเพื่อความยั่งยืน และการสร้างความหลงใหลให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยชูลิพร แก้มกิม (2562) จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคในพื้นที่ชอยรามคำแหง 65 และลาดพร้าว 112 ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด หมายถึง ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของเครื่องซักผ้า ความสะอาดของร้าน ความทันสมัยของอุปกรณ์ และบริการเสริม เช่น น้ำยาซักผ้าอัตโนมัติหรือระบบการจ่ายเงินแบบไร้เงินสด รองลงมาคือ คุณลักษณะทางกายภาพ เช่น ความสะอาดของพื้นที่ ความสะดวกในการเข้าถึงร้าน การมีที่จอดรถเพียงพอและบรรยากาศภายในร้านที่น่าใช้งาน ซึ่งสะท้อนถึงประสบการณ์ของลูกค้าโดยตรงในการใช้บริการ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภคมักเลือกใช้บริการร้านที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก เปิดบริการ 24 ชั่วโมง หรือมีแอปพลิเคชันแจ้งสถานะเครื่องซักผ้าได้แบบเรียลไทม์ ด้านกระบวนการมีความสำคัญในแง่ของความรวดเร็วและความชัดเจนของขั้นตอนการใช้บริการ เช่น วิธีการเปิดเครื่อง จ่ายเงิน และการรอคิว ขณะที่ด้านบุคลากรมีผลรองลงมา โดยผู้ใช้บริการบางส่วนให้ความสำคัญกับพนักงานที่พร้อมช่วยเหลือหรือมีความรู้ด้านเทคนิค หากเกิดปัญหาในระหว่างการใช้บริการ ส่วนด้านราคาเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลแต่ไม่ใช่ปัจจัยหลัก โดยลูกค้าส่วนใหญ่ยอมจ่ายราคาที่สูงขึ้นหากได้รับความสะดวกและคุณภาพที่ดีกว่า ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นหรือแจกคูปอง แม้จะได้รับความสนใจน้อยกว่าปัจจัยอื่น แต่ก็ยังมีผลต่อการทดลองใช้บริการของลูกค้าใหม่ได้ดี โดยสรุปร้านสะดวกซักในพื้นที่นี้ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของบริการและประสบการณ์ของลูกค้าเป็นหลัก พร้อมทั้งปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานที่เน้นความสะดวกและรวดเร็ว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลจากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด 9 P's ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการร้านสะดวกซัก แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคในพื้นที่หมู่ที่ 1-หมู่ที่ 18 ในเขตตำบลบ้านห่ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นที่มีประสบการณ์ใช้บริการร้านสะดวกซัก ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จึงเป็นผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ใช้บริการร้านสะดวกซัก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากการใช้สูตรคำนวณ โดยประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของครอแครน (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384.16 หรือจำนวน 385 แต่ในงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์ให้มากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งคณะผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close Ended Question) โดยให้เลือกตอบ (Check List) ตามข้อความที่กำหนดให้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซักด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตามความเห็น ซึ่งคำถามในตอนี่ 2 แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด และ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

การกำหนดการแปลงผลคะแนน คือ คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลงผลคะแนนตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอัตราส่วน โดยมีสูตรคำนวณดังนี้ (Best & Kahn, 2006)

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } I &= \text{ความกว้างของชั้น} \\ R &= \text{พิสัย (ค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด)} \\ K &= \text{จำนวนชั้น} \end{aligned}$$

แทนค่าตามสูตร

$$\begin{aligned} I &= \frac{5-1}{5} \\ I &= \frac{4}{5} \\ I &= 0.08 \end{aligned}$$

เมื่อทราบค่าคะแนนในสูตรจะได้เกณฑ์การแปลงผลตามช่วงคะแนน สำหรับด้านส่วนประสมการตลาดบริการ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

- 1.00 – 1.80 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภค ระดับน้อยที่สุด
- 1.81 – 2.60 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภค ระดับน้อย
- 2.61 – 3.40 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภค ระดับปานกลาง
- 3.41 – 4.20 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภค ระดับมาก
- 4.21 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภค ระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่เคยใช้บริการร้านสะดวกซักในเขต ตำบลบ้านห่ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question)

การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อพิจารณาตรวจสอบ โดยการตรวจค่าความตรงเชิงเนื้อหาและภาษาที่ใช้เพื่อพิจารณาถึงคุณภาพของข้อคำถาม ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของประเด็นคำถาม (Index of Item Objectives Congruence : IOC) แล้วคัดเลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปมาใช้ ผลการวิเคราะห์คำถามทั้งหมด 45 ข้อคำถาม แต่ละข้อพบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.76-1.00 จึงผ่านเกณฑ์ ซึ่งข้อคำถามทุกข้อมีค่า 0.76 ขึ้นไป จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามหลังจากผ่านการทำ IOC และปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ที่ตำบลภูเวียงและนำมาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) มีผลรวมเท่ากับ 0.85 ซึ่งพบว่าผ่านเกณฑ์ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Zikmund et al., 2010)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการบริการ ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์คือ ค่า Independent t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม จำแนกตาม เพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม มีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) จำแนกตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.50 รองลงมาอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.0 และต่ำสุด อายุ มากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ ส่วนมากมีการศึกษาระดับประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมา คือ ระดับมัธยมตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 20.5 และต่ำสุด คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือน 9,001- 12,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.5 และต่ำสุด คือ มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 21,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 1 ศึกษาความคิดเห็นโดยรวมของส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นโดยรวมของส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.43	0.70	มากที่สุด	1
2. ด้านราคา	4.41	0.69	มากที่สุด	3
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.25	0.75	มากที่สุด	7
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.33	0.73	มากที่สุด	5
5. ด้านบุคลากร	4.42	0.68	มากที่สุด	2
6. ด้านกระบวนการ	4.34	0.71	มากที่สุด	4
7. ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	4.24	0.44	มาก	8
8. ด้านลูกค้า	4.17	0.77	มาก	9
9. ด้านความหลงใหล	4.30	0.72	มากที่สุด	6
เฉลี่ยโดยรวม	4.33	0.69	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นโดยรวมของส่วนประสมทางการตลาดบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยความคิดเห็นอันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการความหลงใหลและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนความคิดเห็นระดับมากมี 2 ปัจจัย คือ ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และด้านคู่ค้า

2. เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านสะดวกซัก จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านสะดวกซัก จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านสะดวกซัก	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.77	0.24	4.77	0.30	0.82	0.41
2. ด้านราคา	4.72	0.34	4.69	0.35	0.62	0.53
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.74	0.28	4.73	0.31	0.27	0.79
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.86	0.22	4.89	0.21	-0.80	0.42
5. ด้านบุคลากร	4.75	0.33	4.83	0.27	-1.83	0.07
6. ด้านกระบวนการ	4.86	0.25	4.90	0.19	-1.13	0.26
7. ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	4.93	0.15	4.96	0.12	-1.55	0.12
8. ด้านคู่ค้า	4.88	0.22	4.9	0.17	-1.61	0.11
9. ด้านความหลงใหล	4.82	0.25	4.91	0.17	-2.91	0.10

หมายเหตุ * $p < .05$

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านสะดวกซัก จำแนกตามเพศ พบว่าไม่แตกต่าง จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านสะดวกซัก จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านสะดวกซัก	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.05	1	0.05	0.65	0.42
	ภายในกลุ่ม	14.77	198	0.07		
	โดยรวม	14.82	199			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.05	1	0.05	0.39	0.53
	ภายในกลุ่ม	23.95	198	0.12		
	โดยรวม	23.99	199			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.01	1	0.01	0.07	0.79
	ภายในกลุ่ม	17.38	198	0.09		
	โดยรวม	17.38	199			
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.03	1	0.03	0.64	0.42
	ภายในกลุ่ม	9.21	198	0.05		
	โดยรวม	9.24	199			

ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้านสะดวกซัก	ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.31	1	0.31	3.43	0.07
	ภายในกลุ่ม	17.81	198	0.09		
	โดยรวม	18.12	199			
6. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.06	1	0.06	1.31	0.25
	ภายในกลุ่ม	9.71	198	0.05		
	โดยรวม	9.78	199			
7. ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.04	1	0.04	2.44	0.12
	ภายในกลุ่ม	3.57	198	0.02		
	โดยรวม	3.61	199			
8. ด้านลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.10	1	0.10	2.67	0.10
	ภายในกลุ่ม	7.73	198	0.04		
	โดยรวม	7.84	199			
9. ด้านความหลงใหล	ระหว่างกลุ่ม	0.40	1	0.40	8.81	0.15
	ภายในกลุ่ม	8.89	198	0.04		
	โดยรวม	9.28	199			

หมายเหตุ * $p < .05$

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านสะดวกซัก จำแนกตามอายุ พบว่าทุกด้านไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านสะดวกซัก จำแนกตามการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ร้านสะดวกซัก	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.30	4	0.08	1.02	0.40
	ภายในกลุ่ม	14.51	195	0.07		
	โดยรวม	14.82	199			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.00	4	0.50	4.44*	0.00
	ภายในกลุ่ม	21.99	195	0.11		
	โดยรวม	23.99	199			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.89	4	0.22	2.64*	0.04
	ภายในกลุ่ม	16.49	195	0.08		
	โดยรวม	17.38	199			
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.34	4	0.08	1.84	0.12
	ภายในกลุ่ม	8.91	195	0.05		

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ร้านสะดวกซัก	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
	โดยรวม	9.24	199			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.69	4	0.42	5.01*	0.00
	ภายในกลุ่ม	16.43	195	0.08		
	โดยรวม	18.11	199			
6. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.47	4	0.12	2.46*	0.05
	ภายในกลุ่ม	9.31	195	0.05		
	โดยรวม	9.78	199			
7. ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.30	4	0.07	4.37*	0.00
	ภายในกลุ่ม	3.32	195	0.02		
	โดยรวม	3.61	199			
8. ด้านลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.41	4	0.10	2.69*	0.03
	ภายในกลุ่ม	7.43	195	0.04		
	โดยรวม	7.84	199			
9. ด้านความหลงใหล	ระหว่างกลุ่ม	1.09	4	0.27	6.47*	0.00
	ภายในกลุ่ม	8.20	195	0.04		
	โดยรวม	2.98	199			

หมายเหตุ * $p < .05$

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านสะดวกซัก จำแนกตามการศึกษา พบว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ด้านลูกค้า ด้านความหลงใหลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 5-10 ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean Difference	มัธยมตอนต้น หรือ ต่ำกว่า	มัธยมตอน ปลาย	ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		4.75	4.80	4.78	4.68	4.75
มัธยมตอนต้น หรือต่ำกว่า	4.75	-	0.02*	0.00*	0.90	0.01*
มัธยมตอนปลาย	4.80	-	-	0.39	0.03*	0.61
ประกาศนียบัตรหรือ อนุปริญญา	4.78	-	-	-	0.00*	0.74
ปริญญาตรี	4.68	-	-	-	-	0.01*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.75	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 เมื่อทดสอบความแตกต่างส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านสะดวกซื้อเป็นรายคู่ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ มัธยมตอนปลาย มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้น หรือต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนปลาย ปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา สูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้น หรือต่ำกว่า และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่า ปริญญาตรี

ตารางที่ 6 แสดงค่าผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean Difference	มัธยม ตอนต้น หรือ ต่ำกว่า	มัธยมตอน ปลาย	ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		4.68	4.70	4.83	4.66	4.79
มัธยมตอนต้น หรือต่ำกว่า	4.68	-	0.79	0.02*	0.78	0.80
มัธยมตอนปลาย	4.70	-	-	0.04*	0.58	0.14
ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา	4.83	-	-	-	0.01*	0.60
ปริญญาตรี	4.66	-	-	-	-	0.05*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.79	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 เมื่อทดสอบความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายคู่ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ ระดับประกาศนียบัตร หรืออนุปริญญา มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า ประกาศนียบัตร

หรืออนุปริญญา มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับมัธยมตอนปลาย ปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่า ประกาศนียบัตร หรืออนุปริญญาและสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านสะดวกชำจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านส่งเสริมการตลาดเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean Difference	มัธยม ตอนต้น หรือ ต่ำกว่า 4.85	มัธยม ตอน ปลาย 4.89	ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา 4.93	ปริญญาตรี 4.81	สูงกว่า ปริญญา ตรี 4.89
มัธยมตอนต้น หรือ ต่ำกว่า	4.85	-	0.37	0.10	0.41	0.36
มัธยมตอนปลาย	4.89	-	-	0.45	0.09	0.97
ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา	4.93	-	-	-	0.01*	0.48
ปริญญาตรี	4.81	-	-	-	-	0.08
สูงกว่าปริญญาตรี	4.89	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายคู่ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ ปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่า ประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านบุคลากร เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean Difference	มัธยม ตอนต้น หรือ ต่ำกว่า 4.71	มัธยม ตอน ปลาย 4.70	ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา 4.91	ปริญญาตรี 4.75	สูงกว่า ปริญญา ตรี 4.89
มัธยมตอนต้นหรือ ต่ำกว่า	4.71	-	0.79	0.00*	0.55	0.01*
มัธยมตอนปลาย	4.70	-	-	0.00*	0.39	0.00*
ประกาศนียบัตร หรืออนุปริญญา	4.91	-	-	-	0.01*	0.76
ปริญญาตรี	4.75	-	-	-	-	0.03*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.89	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายคู่ พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า ประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรีมีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่า ประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา การศึกษา สูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า สูงกว่า ปริญญาตรีมีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามระดับ การศึกษา ด้านกระบวนการเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean Difference	มัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ต่ำกว่า 4.83	มัธยม ตอน ปลาย 4.87	ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา 4.95	ปริญญา ตรี 4.84	สูงกว่า ปริญญา ตรี 4.92
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือ ต่ำกว่า	4.83	-	0.37	0.01*	0.05*	0.05*
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.87	-	-	0.08	0.58	0.28
ประกาศนียบัตร หรืออนุปริญญา	4.95	-	-	-	0.02*	0.52
ปริญญาตรี	4.84	-	-	-	-	0.11
สูงกว่าปริญญาตรี	4.92	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 10 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายคู่ พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ ประกาศนียบัตรหรือ อนุปริญญามีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่า มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี มีความคิดเห็น ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความ คิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean Difference	มัธยม ตอนต้น หรือ ต่ำกว่า	มัธยมตอน ปลาย	ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		4.90	4.97	5.00	4.90	4.94
มัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า	4.90	-	0.04*	0.00*	0.80	0.15
มัธยมตอนปลาย	4.97	-	-	0.23	0.02*	0.53
ประกาศนียบัตรหรือ อนุปริญญา	5.00	-	-	-	0.00*	0.07
ปริญญาตรี	4.90	-	-	-	-	0.09
สูงกว่าปริญญาตรี	4.94	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายคู่พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ มัธยมปลาย มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่าประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า ระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมปลายและระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตาม ระดับการศึกษา ด้านคู่ค้าเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean Difference	มัธยม ตอนต้น หรือ ต่ำกว่า	มัธยมตอน ปลาย	ประกาศนียบัตร หรือ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		4.84	4.93	4.93	4.87	4.91
มัธยมตอนต้น หรือต่ำกว่า	4.84	-	0.05*	0.00*	0.54	0.09
มัธยมตอนปลาย	4.93	-	-	0.35	0.17	0.80
ประกาศนียบัตรหรือ อนุปริญญา	4.93	-	-	-	0.02*	0.25
ปริญญาตรี	4.87	-	-	-	-	0.27
สูงกว่าปริญญาตรี	4.91	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายคู่ พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ ระดับมัธยมปลาย มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า ประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า และระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา นอกจากนี้ การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอื่น ๆ แม้จะมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ย แต่ไม่ปรากฏความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบ่งชี้ว่าในบางระดับการศึกษาผู้ใช้บริการอาจมีมุมมองหรือการรับรู้ด้านการตลาดบริการที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา ความหลงใหล เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	Mean Difference	มัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมตอนปลาย	ประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.77	4.86	4.99	4.86	4.91
มัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า	4.77	-	0.04*	0.00*	0.05*	0.00*
มัธยมตอนปลาย	4.86	-	-	0.01*	0.96	0.22
ประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา	4.99	-	-	-	0.00*	0.13
ปริญญาตรี	4.86	-	-	-	-	0.21
สูงกว่าปริญญาตรี	4.91	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 13 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายคู่ พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ มัธยมปลาย มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับมัธยมตอนต้น หรือต่ำกว่า ประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้น หรือต่ำกว่า ระดับประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนปลาย ระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ามัธยมตอนต้นหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าระดับมัธยมตอนต้น หรือต่ำกว่า

ตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาดบริการร้านสะดวกซัก	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.23	5	0.07	0.84	0.52
	ภายในกลุ่ม	14.59	194	0.08		
	โดยรวม	14.82	199			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.99	5	0.51	2.46*	0.03

ส่วนประสมการตลาดบริการ ร้านสะดวกซัก	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	P
	ภายในกลุ่ม	23.00	194	0.21		
	โดยรวม	23.99	199			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.56	5	0.14	1.20	0.31
	ภายในกลุ่ม	16.29	194	0.11		
	โดยรวม	16.85	199			
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.12	5	0.02	0.51	0.76
	ภายในกลุ่ม	9.12	194	0.05		
	โดยรวม	9.24	199			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.13	5	0.04	0.20	0.96
	ภายในกลุ่ม	17.98	194	0.20		
	โดยรวม	18.11	199			
6. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.25	5	0.06	0.36	0.88
	ภายในกลุ่ม	9.53	194	0.17		
	โดยรวม	9.78	199			
7. ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.08	5	0.02	0.90	0.48
	ภายในกลุ่ม	3.53	194	0.02		
	โดยรวม	3.61	199			
8. ด้านคู่ค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.71	5	0.15	0.81	0.55
	ภายในกลุ่ม	7.66	194	0.19		
	โดยรวม	7.84	199			
9. ด้านความหลงใหล	ระหว่างกลุ่ม	0.19	5	0.04	0.80	0.55
	ภายในกลุ่ม	9.09	194	0.05		
	โดยรวม	2.98	199			

หมายเหตุ * $p < .05$

จากตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามรายได้พบว่าด้านราคาแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ปรากฏผล ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	น้อยกว่า 9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	12,001- 15,000 บาท	15,001 -18,000 บาท	18,001- 21,000 บาท	มากกว่า 21,000 บาท
		4.74	4.65	4.84	4.62	4.67	4.71
น้อยกว่า 9,000 บาท	4.74	-	0.26	0.27	0.16	0.40	0.70
9,001 - 12,000 บาท	4.65	-	-	0.03*	0.76	0.80	0.48
12,001 - 15,000 บาท	4.84	-	-	-	0.01*	0.06	0.14
15,001 - 18,000 บาท	4.62	-	-	-	-	0.59	0.32
18,001 - 21,000 บาท	4.67	-	-	-	-	-	0.66
มากกว่า 21,000 บาท	4.71	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-12,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-18,000 บาท มีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001- 5,000 บาท

จากตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ารายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของธุรกิจบริการ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในบริบทของบริการ หมายถึงสิ่งที่ธุรกิจนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งรวมถึงคุณภาพของบริการ การออกแบบกระบวนการให้บริการและประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับ การให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของวรกานต์ เชื้อสำราญ (2564) สรุปว่าผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมาย ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์และเครื่องใช้ที่ให้บริการ ภายในร้านสะดวกชั้มีคุณภาพและทันสมัย ความหลากหลายของขนาดเครื่องซัก/อบผ้าที่ให้บริการภายในร้านสะดวกซัก จำนวนเครื่องที่ให้บริการเพียงพอต่อการใช้งาน คุณภาพของการซัก/อบเสื้อผ้า

ด้านบุคลากร ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดเพราะบุคลากรมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานเครื่องซักผ้า ระบบชำระเงินดิจิทัลและการดูแลความสะอาดภายในร้าน การมีบุคลากรที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาหน้างานและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วช่วยสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ และทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการใช้บริการซ้ำ สัมพันธ์กับงานศึกษาของ Wilis and Widyastuti (2025) ยังชี้ให้เห็นว่าปรากฏการณ์ Fear of Missing Out มีอิทธิพลต่อการกลยุทธการตลาดดิจิทัล การมีบุคลากรที่ช่วยส่งเสริมประสบการณ์การใช้งาน และให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในร้านสะดวกซักสามารถกระตุ้นการให้บริการได้มากขึ้น

ด้านราคา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากราคามีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป งานวิจัยของ Faiqoh

et al. (2024) ระบุว่า กลยุทธ์ด้านราคามีบทบาทสำคัญในการดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาแบบจิตวิทยา หากมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมสามารถช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และส่งเสริมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับระดับคุณภาพของบริการ

ด้านกระบวนการ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อสามารถให้บริการที่รวดเร็วเนื่องจากการนำเทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติมาใช้ในการดำเนินงาน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถชั่งและอบผ้าได้ภายในเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง โดยไม่ต้องเสียเวลาในการชั่งและตากผ้าเอง การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะการทำงานของเครื่องซักผ้าแบบเรียลไทม์ ยังช่วยลดเวลารอคอยและเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการ การตั้งร้านในทำเลที่เหมาะสม เช่น ใกล้แหล่งชุมชน คอนโดมิเนียม หรือหอพัก ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและรวดเร็ว นอกจากนี้ การเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ยังตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีเวลาจำกัดหรือมีวิถีชีวิตที่หลากหลาย ทำให้สามารถใช้บริการได้ตามความสะดวก ทั้งหมดนี้ส่งผลให้ธุรกิจร้านสะดวกซื้อสามารถให้บริการที่รวดเร็วและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชิสรารอดพล (2567) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาและออกแบบกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยเพิ่มคุณภาพของบริการและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากการใช้โปรโมชั่นการทำโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย และการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง สามารถเพิ่มการรับรู้และดึงดูดลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยของ Sulaiman and Azhar (2019) ระบุว่า การส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะการใช้บุคคลที่มีอิทธิพล มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงงานวิจัยของ Wilis and Widyastuti (2025) ยังชี้ให้เห็นว่าการตลาดดิจิทัลช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการใช้บริการร้านสะดวกซื้ออย่างต่อเนื่อง ในยุคดิจิทัล การตลาดที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค และใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม Facebook, Instagram, และ TikTok รวมถึงการให้ส่วนลดพิเศษผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อกระตุ้นการใช้บริการและสร้างฐานลูกค้าประจำ

ด้านการความหลงใหล ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์การใช้งานของระบบซักผ้าอัตโนมัติที่สะดวกและทันสมัย ช่วยประหยัดเวลาและการมีสิ่งอำนวยความสะดวกในร้าน (เช่น Wi-Fi, ที่นั่งรอ) โดยที่ความรู้สึกว่าการซักผ้าด้วยเครื่องให้ความสะอาดมากกว่าการซักด้วยมือ ซึ่งแนวคิดของ Kotler and Keller (2021) นำเสนอว่าปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เช่น ความภักดีของลูกค้าต่อแบรนด์และความไว้วางใจในคุณภาพบริการก็ส่งผลต่อระดับความหลงใหลนี้ด้วยเช่นกัน

ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เพราะร้านสะดวกซื้อในยุคดิจิทัลเน้นความสะดวกและการเข้าถึงที่ง่าย โดยทำเลที่ตั้งของร้านต้องอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางสะดวก เช่น ใกล้หอพัก คอนโดมิเนียมหรือแหล่งชุมชน รวมถึงช่องทางการชำระเงินแบบดิจิทัลที่สะดวก ทำให้ร้านสะดวกซื้อสามารถสร้างจุดขายและเป็นທີ່จดจำของลูกค้าได้ง่าย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ Kotler and Keller (2021) ที่เน้นว่าการสร้างความแตกต่างและความชัดเจนของแบรนด์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ด้านคุณค่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เนื่องจากคุณภาพของเครื่องซักและอบผ้าที่ทันสมัยที่คุ้มค่าทำการจัดหามาให้ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ อีกทั้งผู้บริโภคยุคดิจิทัลมักให้ความสำคัญกับรีวิวออนไลน์ และความเห็นจากผู้ใช้บริการรายอื่น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของคูก้าและคูก้า ดังแนวคิดของ Zeithaml et al. (2020) ว่าความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้าจะช่วยเพิ่มอัตราการกลับมาใช้บริการซ้ำและเสริมสร้างความภักดีไปในที่สุด

ส่วนความคิดเห็นระดับมากมี 2 ปัจจัย คือ ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และด้านคุณค่า โดยรวมมีความคิดเห็นระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติกร บุญเรือง (2564) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภค ซึ่งคณะผู้วิจัยมีความเห็นว่าปัจจุบันผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่อยู่ ใกล้ชุมชนหรือที่พัก สามารถหาที่จอดรถได้ง่ายหรือมีบริการรถสาธารณะผ่านสถานที่ให้บริการกว้างขวาง สะดวกสบายและสามารถเห็นร้านได้ง่าย โดยเฉพาะอันดับแรก คือ ด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พบว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ซึ่งการรับรู้เป็นการรับรู้ในคุณสมบัติหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น ความสะอาด การจัดสถานที่ให้บริการและความ สะดวกสบายอื่น ๆ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้และระดับการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างด้านความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามเพศและอายุไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน เพราะกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่คล้ายคลึงกันแม้จะแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ เช่น ทั้งเพศชายและหญิง หรือผู้มีการศึกษาระดับต่าง ๆ มีการรับรู้และให้ความสำคัญต่อบริการในลักษณะเดียวกัน อีกทั้งลักษณะของบริการอาจเป็นบริการพื้นฐานที่ทุกกลุ่มให้ความสำคัญในมิติใกล้เคียงกัน เช่น ความสะอาด ความสะดวก และความคุ้มค่าของราคา ซึ่งเป็นปัจจัยร่วมที่ไม่ขึ้นกับเพศหรือระดับการศึกษา และขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละหมวดอาจไม่เพียงพอที่จะสะท้อนความแตกต่างอย่างชัดเจนเชิงสถิติ จึงไม่สามารถตรวจพบความแตกต่างได้แม้ว่าในเชิงพฤติกรรมอาจมีอยู่บ้าง

ส่วนผลการจำแนกตามรายได้และการศึกษาพบว่าทุกด้านแตกต่าง ยอมรับสมมติฐาน เหตุผลเพราะความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกันตามช่วงอายุ เพราะผู้บริโภคในช่วงอายุต่าง ๆ มักมีความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกันต่อบริการ เช่น กลุ่มวัยรุ่นน่าจะให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและความทันสมัย ขณะที่ผู้สูงอายุอาจเน้นที่ความสะดวกสบายและความน่าเชื่อถือของบริการ อีกทั้งกำลังซื้อและพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แตกต่างกันตามระดับรายได้ ผู้ที่มีรายได้สูงอาจมีความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายและยอมรับราคาที่สูงขึ้นเพื่อคุณภาพหรือบริการที่ดีกว่า ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำกว่าอาจมองหาบริการที่คุ้มค่าและประหยัดมากขึ้น รวมถึงประสบการณ์และการรับรู้ที่สะสมมาต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุหรือรายได้ต่างกันอาจมีประสบการณ์และการรับรู้ต่อแบรนด์หรือบริการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการแตกต่างกัน สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Schiffman and Wisenblit (2019) ได้ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีแนวโน้มที่จะถูกกำหนดโดยปัจจัยทางเทคโนโลยีและรูปแบบการใช้ชีวิต มากกว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์แบบดั้งเดิม ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้น สรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามรายได้ และระดับการศึกษา สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยรายได้และการศึกษามีอิทธิพลต่อการรับรู้และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ เมื่อตรวจสอบตามรายได้และระดับการศึกษา พบว่ามีความแตกต่างในทุกด้าน ทำให้ต้องยอมรับสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อเพราะในยุคดิจิทัล ผู้บริโภคอาจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่ใกล้กับที่พักหรือยกเว้นร้านที่ติดกันจากการค้นหาข้อมูล รีวิวออนไลน์หรือโปรโมชันผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook, Google Maps และแอปพลิเคชันชำระเงิน การศึกษาปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมสามารถปรับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลให้ตรงกับพฤติกรรมของลูกค้าในยุคปัจจุบัน

2. ควรมีการวิจัยโดยเน้นการวิเคราะห์เชิงลึกด้านจิตวิทยาผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มช่วงวัยและระดับรายได้ เพื่อเข้าใจแรงจูงใจ ความคาดหวังและปัจจัยด้านอารมณ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านการวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อได้ข้อมูลที่ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงบริบทอย่างรอบด้าน รวมถึงวิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยีและสื่อที่แต่ละกลุ่มให้ความสำคัญ เช่น กลุ่มวัยรุ่นอาจได้รับอิทธิพลจากโซเชียลมีเดียมากกว่ากลุ่มสูงอายุ การวิจัยเชิงลึกเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดบริการที่ตอบโจทย์เฉพาะกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

3. สำหรับนโยบายภาครัฐ ควรจัดทำโครงการ "Smart Laundromat Business" โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการร้านสะดวกซักในพื้นที่ตำบลบ้านหมู่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน การใช้ AI ในการจัดการคิวบริการ หรือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อโฆษณาและทำโปรโมชั่น เพราะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจและตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้นความสะดวกและรวดเร็ว

รายการอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *การส่งเสริมธุรกิจบริการ*. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2568 จาก

<https://www.dbd.go.th/>

ชูลีพร แก้มกิม. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซักและความพึงพอใจในการใช้บริการร้านสะดวกซัก*

(Laundromat) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (สารนิพนธ์ หลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ). มหาวิทยาลัยมหิดล

ฐิติกร บุญเรือง. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซักของผู้บริโภคในเขตลาดพร้าว*

กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2567). *ถอดรหัสธุรกิจซักอบรีด ปี 2024 นี้ยังน่าลงทุนไหม*. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2568.

<https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/decoding-success-of-laundry-business-2024>

ธนาคารไทยพาณิชย์. (2568). *เปิดสู่ทางธุรกิจเครื่องซักผ้าอัตโนมัติแบบบริการตนเองมาแรงในเวียดนาม เพื่อการ*

รองรับวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2568. จาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/vietnam-laundry-business>

บุรินทร์ ศิริเนตร์ จิรพันธ์ พรหมจันทร์ เบญจวรรณ ทวีวรรณ รัชฎากร ไชยปัญญา สุพัตรา จันสง่า อรสา จันทะเลิศ

และอริศรา เทพหยด. (2567). *พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้าน*

สะดวกซักของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 15(1), 130-157.

วรกานต์ เชื้อสำราญ. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซัก และความพึงพอใจในการใช้บริการร้านสะดวก*

ซัก (Laundromat) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (สารนิพนธ์นี้

หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.

อัญชิสรารอดพล. (2567). *ธุรกิจซักอบรีด "Laundry"* สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก

https://www.okmd.or.th/upload/pdf/Laundry.pdf?utm_source=chatspt.com

Best, J.W. & Kahn, J.V. (2006). *Research in Education*. 10th Edition, Pearson Education Inc., Cape

Town.



- Bounthachit, B. (2024). Factors affecting towards decision to use services of Luang Prabang Night Garden. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*. 11(1), 01–09.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management* (15th Global ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (15th ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. (12th ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Wilis, R. A., & Widyastuti, D. A. (2025). Literature review: FoMo in digital marketing strategy related to the innovation diffusion process. *International Journal of Economics and Management Sciences*. 2(1), 253-262.
- Zeithaml V., Verleye K., Hatak I., Koller M., & Zauner A. (2020). Three Decades of Customer Value Research. *Journal of Service Research*, 23(4), 409-432.
- Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C. & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods*. Cengage Learning, Mason.



Lanna Academic Journal of Social Science

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานวิจัย

บทบาทและความรับผิดชอบของผู้นิพนธ์

- ผลงานที่ส่งให้พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารจะต้องไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ทางวิชาการอื่น
- ผลงานที่ส่งให้พิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่มีส่วนใดที่เป็นการลอกเลียนผลงานวิชาการ และมีการอ้างอิงผลงานอย่างถูกต้องและครบถ้วน
- การรายงานผลการวิจัยต้องเป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ไม่สร้างข้อมูลเท็จ หรือบิดเบือนข้อมูล
- ปฏิบัติตามจริยธรรมในเรื่องเกี่ยวกับความเป็นผู้นิพนธ์อย่างเคร่งครัด (ผู้นิพนธ์ทุกชื่อที่ปรากฏในบทความจะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมอย่างสำคัญในการทำวิจัยและไม่ละเลยหรือตัดชื่อบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการทำวิจัยคนใดออกจากบทความ)
- หากมีผู้นิพนธ์หลายคน ผู้นิพนธ์ทุกคนจะต้องเห็นชอบกับต้นฉบับบทความและเห็นชอบกับการส่งต้นฉบับบทความให้วารสารพิจารณาตีพิมพ์
- ผู้นิพนธ์จะต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำวิจัย (ถ้ามี)

หน้าที่และความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

- ประกาศวิธีปฏิบัติในการจัดเตรียมต้นฉบับและรายละเอียดที่จำเป็นอื่น ๆ ที่ผู้นิพนธ์ต้องปฏิบัติตามให้ผู้สนใจส่งบทความตีพิมพ์และสาธารณชนทั่วไปรับทราบ
- หากมีการเก็บค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ ค่าดำเนินการจัดการต้นฉบับ หรือค่าใช้จ่ายอื่นใดจากผู้นิพนธ์ จะต้องมีการประกาศเงื่อนไข หลักเกณฑ์ และอัตราจัดเก็บที่ชัดเจนให้ผู้สนใจส่งบทความตีพิมพ์และสาธารณชนทั่วไป รับทราบ
- มีการตรวจสอบการพิมพ์ซ้ำซ้อน (Duplication) และการลอกเลียนผลงานวิชาการ (Plagiarism)
- ดำเนินการให้มีกระบวนการประเมินคุณภาพบทความที่ปราศจากอคติ เป็นธรรมและไม่ลำเอียง โดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขานั้น ๆ
- ไม่เปิดเผยข้อมูลผู้นิพนธ์และผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในระหว่างที่การประเมินบทความยังดำเนินอยู่ และไม่เปิดเผยเนื้อหาหรือข้อมูลในบทความในระหว่างที่บทความนั้นยังไม่ได้รับการตีพิมพ์

- คัดเลือกบทความที่จะตีพิมพ์ตามคุณภาพ ไม่รับตีพิมพ์บทความวิจัยเพียงเพื่อผลประโยชน์ของผู้นิพนธ์หรือวารสาร โดยไม่พิจารณาผลการประเมินคุณภาพของบทความจากผู้ประเมิน
- ไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความเพียงเพราะสงสัยว่ามีการกระทำผิดจรรยาบรรณ แต่ต้องตรวจสอบหาหลักฐานให้แน่ชัดก่อน และแจ้งให้ผู้นิพนธ์ชี้แจงก่อนปฏิเสธบทความนั้น
- ไม่มีส่วนในการตัดสินใจคัดเลือกบทความที่ตนเป็นผู้นิพนธ์หรือมีผลประโยชน์เกี่ยวข้อง
- ไม่ร้องขอให้มีการอ้างอิงผลงานใดเพื่อเพิ่มจำนวนการอ้างอิง (Citation) หรือค่า Impact Factor ของวารสาร หรือเพื่อเพิ่มจำนวนการอ้างอิงของผลงานของตนหรือพวกพ้อง
- มีระบบร้องเรียนผลการตัดสินของกองบรรณาธิการและร้องเรียนเกี่ยวกับบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร
- มีระบบแก้ไขข้อผิดพลาดร้ายแรงในบทความและถอดบทความที่พบว่าผิดจริยธรรมการวิจัยและไม่ละเลยเพิกเฉย เมื่อพบข้อผิดพลาดและการประพฤติผิดจริยธรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร

หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประเมิน

- รักษาความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูลในบทความในระหว่างที่บทความนั้นยังไม่ได้รับการตีพิมพ์
- ประเมินคุณภาพบทความด้วยความเป็นกลางปราศจากอคติ
- ไม่เสนอแนะให้ผู้นิพนธ์อ้างอิงผลงานใดด้วยเจตนาเพิ่มจำนวนการอ้างอิงของผลงานของตนหรือพวกพ้อง
- ส่งผลการประเมินตามกำหนดเวลา
- หากมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์บทความที่ประเมินต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบ
- หากพบว่าผู้นิพนธ์บทความกระทำผิดจรรยาบรรณ เช่น ลอกเลียนผลงานวิชาการ บิดเบือนผลการวิจัย หรือใช้ผลการวิจัยเท็จ ต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบ

ชื่อบทความภาษาไทย (ขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวอักษรเข้ม)

TITLE IN ENGLISH (SIZE 18 pt. BOLD)

^{1*} ชื่อ – นามสกุล ผู้เขียนบทความ และ ²ชื่อผู้เขียนร่วม (ถ้ามี)

(ชื่อ – นามสกุล ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 14 pt. ตัวอักษรเข้ม)

^{1*} ตำแหน่งงาน/สาขาวิชา/ มหาวิทยาลัย/หน่วยงานที่สังกัด.....(ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

² ตำแหน่งงาน/สาขาวิชา/ มหาวิทยาลัย/หน่วยงานที่สังกัด.....(ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

*Corresponding Author: ใส่อีเมล..... (14 pt. จัดกึ่งกลาง)

โทรศัพท์.....(เพื่อการประสานงานเท่านั้นไม่ปรากฏในบทความฉบับเผยแพร่)

บทคัดย่อ (ขนาด 14 pt.)

พิมพ์ด้วยตัวอักษรแบบ TH Sarabun PSK ขนาด 14 pt. โดยย่อหน้าห่างจากขอบกระดาษด้านซ้าย 1 แท็บ (Tab) ระยะห่าง 1.5 ซม. และชิดขอบกระดาษด้านซ้ายเมื่อขึ้นบรรทัดใหม่

คำสำคัญ: พิมพ์คำสำคัญด้วยตัวอักษรแบบ TH SarabunPsK ขนาด 14 pt. โดยเคาะ 1 ครั้ง เมื่อมีคำสำคัญมากกว่า 1 คำ

ABSTRACT (ขนาด 14 pt.)

พิมพ์ด้วยตัวอักษรแบบ TH SarabunPsK ขนาด 14 pt.

Keywords: พิมพ์ด้วยตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK ขนาด 14 pt. โดยเคาะ 1 ครั้ง เมื่อมีคำสำคัญมากกว่า 1 คำ

บทนำ (ขนาด 14 pt.)

(เนื้อหา 14 pt.)

.....

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (ขนาด 14 pt.)

1.....(เนื้อหา 14 pt.)

.....

2.....

.....

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

.....(เนื้อหา 14 pt.)

.....

กรอบแนวคิดในการวิจัย

(เนื้อหา 14 pt.)

*** กรณีเป็นรูปภาพให้ใส่ภาพที่ตามด้วยตัวเลขลำดับภาพ ตามด้วยชื่อภาพ (อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ)



ภาพประกอบที่ 1 ชื่อรูปภาพแผนภูมิ (ขนาด 14 pt.)
ที่มา : (ถ้ามี) (ขนาด 12 pt.)

สมมติฐานของการวิจัย

(เนื้อหา 14 pt.)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

(เนื้อหา 14 pt.)

ผลการวิจัย

(เนื้อหา 14 pt.)

ตารางที่ 1 ชื่อตาราง (ขนาด 14 pt.)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	xxx	xxx
หญิง	xxx	xxx
รวม	xxx	xxx

ที่มา : (ถ้ามี) (ขนาด 12 pt.)

อภิปรายผลการวิจัย (ขนาด 14 pt.)

(เนื้อหา 14 pt.)

ข้อเสนอแนะ (ขนาด 14 pt.)

1.(เนื้อหา 14 pt.)

2.

References

(รายการอ้างอิง 14 pt. ปกติ) ใช้การอ้างอิงระบบ APA7th โดยเรียงลำดับตามตัวอักษร

ตัวอย่าง

Rageh Ismail, A., & Spinelli, G. (2012). Effects of brand love, personality, and image on word of mouth: The case of fashion brands among young consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(4), 386-398.

การอ้างอิงระบบ APA7th

Book

[Surname], [Name]. (Year). *[Subject]*. [Edition]^[th]ed. [Place]: [Publisher].

Journal

[Surname], [Name]. (Year). [Subject]. *[Journal]*, [Volume](Issue), [Page]-[Page].

Dissertation/Thesis

[Surname], [Name]. (Year). *[Subject]*. (Degree). [University], [Place].

Translated Book

[Surname], [Name]. (Year). *[Subject]*. (surname, name., Trans.) [Place]: [Publisher].

Website

[Surname], [Name]. (Year of Record). *[Subject]*. Retrieved [Month] [Day], [Year], from <http://URL>.

Research Report

[Surname], [Name]. (Year). *[Subject]* (Research Report). [Institution].

Newspaper / Magazine

[Surname], [Name]. (Year, Day Month). [Subject]. *[Newspaper/Magazine]*, [Page].

(TH SarabunPSK, 14 pt.)

หมายเหตุ : - ใช้ฟอนต์ TH SarabunPSK (เนื้อหา 14 pt.) จัดหน้ากระดาษแบบไทย
(ยกเว้นรายการเอกสารอ้างอิง ให้จัดชิดซ้าย)

- ความยาวของบทความไม่เกิน 15 หน้ากระดาษ A-4
- การตั้งค่าระยะขอบกระดาษ ดังนี้

บน ระยะขอบ 3.81 ซม. ล่าง ระยะขอบ 2.54 ซม.

ซ้าย ระยะขอบ 3.81 ซม. ขวา ระยะขอบ 2.54 ซม.

