



**วารสารวิชาการ
วิทยาการจัดการวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์**
ISSN 2672-9857

ปีที่ 3 ฉบับที่ 1
มกราคม – มิถุนายน 2564

**Journal of Academic
Management Science**

Faculty of Management Science,
Phetchabun Rajabhat University

Vol.3 No.1

2021

January – June





วารสารวิชาการ วิทยาการจัดการวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2565)
ISSN 2672-9857

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ศรีเรืองฤทธิ์
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ปณิสรา คงปัญญา
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล ชะโยมชัย
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร. นราศรี ไวนิชกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรชกร
รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร. รัตนา วงศ์ศรีศรีเดือน
รองศาสตราจารย์ ดร. กันต์ อินทวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสรณ์ พงศ์ยี่หล้า
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนมัญญา กังวานสุขพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ โพนศิริ

ฝ่ายดำเนินการและจัดการงานวารสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล ชะโยมชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภลัย บุญทิม
อาจารย์ ดร.เจน จันทรสุภาเสน
อาจารย์ปณทริกา สุนทรสิงห์
อาจารย์ปราวณีต ใจหนัก
อาจารย์สุพิชชา โชติกำจร
อาจารย์กริชชัย ขาวจ้อย
อาจารย์ ดร.ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา
อาจารย์วิมลวรรณ วงศ์ศิริ
อาจารย์ศุภรัตน์ แก้วเสริม
นางสาวกัญญา สายสิงห์เทศ
นางพรรณทิพย์ รุ่งเรืองศรี

ฝ่ายวารสารออนไลน์

อาจารย์ศุภรัตน์ แก้วเสริม
นางสาวกัญญา สายสิงห์เทศ
นายสมพร จำปา

กำหนดออก

ปีละ 2 ฉบับต่อปี (มกราคม - มิถุนายน และ กรกฎาคม - ธันวาคม ทุกปี)

ติดต่อส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ได้ที่

กองบรรณาธิการ “วารสารวิชาการ วิทยาการจัดการวิชาการ”
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
83 หมู่ 11 ถ.สระบุรี-หล่มสัก ต.สะเดียง อ.เมืองเพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์ 67000
โทร. 0-5671-7134 (ต่อ 1242)
โทรสาร. 0-5671-7150

สถานที่พิมพ์

จัดวาง สตูดิโอ 121/14 ถนนพิทักษ์ ตำบลหล่มสัก
อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรหมอักษร
รองศาสตราจารย์ ดร.ปจรรย์ ผลประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์
รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนา วงศ์ศรีคมเดือน
รองศาสตราจารย์ ดร. กันต์ อินทวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนม์ณัฐชา กังวานสุขพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ โพนศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัชชวุฒิ ตัญญา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรัฐ ขวนชม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประศาสน์ นิยม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนงค์นาถ ทนชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภคพร กระจาดทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภูซังค์ เมนะสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร เป้าธรรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิลา ฟงศ์ยี่หล้า
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรสา เตติวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาลี ตระกูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกิตติ์ อินทร์สวรรค์
อาจารย์ ดร.สุปัญญา สุนทรนนท์
อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์
อาจารย์ ดร.กิงกนก เสาวภาวงศ์
อาจารย์ ดร.กรธวัฒน์ สกกลฤทธิเดช
อาจารย์ ดร.สุมนา จันทราช
อาจารย์ ดร.ฐิติวรดา แสงสว่าง
อาจารย์ ดร.พรรณนา เชื้อบาง
อาจารย์ ดร.วาสนา จรุงศรีโชติกำจร
อาจารย์ ดร.ภัทริยา พรหมราษฎร์

มหาวิทยาลัยนครพนม
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตสกลนคร
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

อาจารย์ ดร.อมร ไชยแสน

อาจารย์ ดร.วิจิตรา โพธิสาร

อาจารย์ ดร.นุชรา ฟุ้งวิริยะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤษติญา มูลศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พณณา ตั้งวรรณวิทย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐากร อนุสรณ์พานิชกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิสินี ถิระธรรมสรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล ชะโยมชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปวีณา โทนแก้ว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัจฉรา กลิ่นจันทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภลัย บุญทิม

อาจารย์ ดร.รักชนก สมศักดิ์

อาจารย์ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ

อาจารย์ ดร.เจน จันทรสุภาแสน

อาจารย์ ดร.ณัฐวัฒน์ แสงภูเขียว

อาจารย์ ดร.วุฒินันท์ รัตนภรณ์

วิทยาลัยชุมชนโสธร

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

สารจากคณบดี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มียุทธศาสตร์ในการพัฒนาและส่งเสริม การวิจัยและการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการแก่สังคม โดยมุ่งมั่นในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา ในด้านการเผยแพร่ผลงานวิชาการของนักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัยในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง กับวิทยาการจัดการด้านต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น การจัดการ การบัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ท่องเที่ยวและการโรงแรม การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น ดังนั้น วารสารวิทยาการจัดการวิชาการของคณะวิทยาการจัดการถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดำเนิน ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนด้านวิชาการดังกล่าว วารสาร “วิทยาการจัดการวิชาการ” จึง มุ่งมั่นในการดำเนินงานของวารสารเพื่อให้เกิดคุณภาพของบทความในระดับสูงและเกิดประโยชน์ต่อวง วิชาการให้มากที่สุดตามวัตถุประสงค์หลักของวารสาร บทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้ได้ผ่านการ ประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย ทางวารสารมั่นใจว่า บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารครั้งนี้มีคุณภาพดีและมีความถูกต้องตามหลักวิชาการ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกที่พิจารณาบทความเพื่อการตีพิมพ์ในวารสารฉบับ นี้ และขอขอบพระคุณกองบรรณาธิการวารสารทุกท่านที่ได้ทำหน้าที่อย่างเต็มที่ในการเสนอแนะ แนวทางการบริหารจัดการวารสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงและเพื่อให้ได้บทความมีคุณภาพดี



(อาจารย์ ดร.ปานิสร่า คงปัญญา)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการวิชาการฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัยที่มีคุณภาพดีจำนวน 3 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางวิทยาการจัดการ โดยบทความแรกเป็นบทความวิจัย ชื่อเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาชุมชนม้ง บ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีความน่าสนใจอย่างมากเนื่องจากการศึกษาวิจัยในพื้นที่เฉพาะที่มีความโดดเด่น มีความจำเพาะในบริบทของประชากร ดังนั้นผลวิจัยจึงตอบโจทย์ทางสังคมและวิทยาการจัดการได้เป็นอย่างดี ส่วนบทความที่สองเป็นบทความวิชาการเรื่อง ความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมในการทำงาน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการวางแผนของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้ และบทความสุดท้ายเป็นบทความวิชาการเช่นเดียวกันในชื่อเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นบทความทางด้านการตลาด ผู้ศึกษาได้ให้ข้อสรุปที่ชัดเจนถึงปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่ส่งผลไปยังการตัดสินใจของผู้บริโภคสินค้าออนไลน์

ทุกบทความที่ได้รับการคัดเลือกเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการฉบับนี้ได้ผ่านการตรวจพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ด้านวิทยาการจัดการทั้งจากภายในและภายนอก เพื่อให้บทความทุกบทความมีคุณภาพดีและมีประโยชน์ต่อทั้งผู้อ่านและวงวิชาการ

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ
สารจากคณบดี
บทบรรณาธิการ

หน้า

C
E
F

บทความ

หน้า 1

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาชุมชนม้ง บ้านเข็กน้อย อำเภอเขาต่อ จังหวัดเพชรบูรณ์
GUIDELINE FOR SUPPORT CULTURAL TOURISM : A CASE STUDY OF HMONG KHEKNOI COMMUNITY,
KHAO KHO DISTRICT, PHETCHABUN PROVINCE
นภัสสร เรืองกลกิจ นุจรี เถาว์ถาวร และ ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา
Napatsorn Ruangkasikit Nutjaree Thaothaworn and Tiwawan Siricharoen Kanha

หน้า 14

ความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา
Work readiness of students in higher education
อำพล ชะโยมชัย
Ampol Chayomchai

หน้า 32

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์
Key Factors Influencing the Online Purchase Decision
ปราณีต ไชยหนัก และ อำพล ชะโยมชัย
Praneet Jainak and Ampol Chayomchai

หลักเกณฑ์และรูปแบบการเตรียมต้นฉบับบทความ

47



Journal of Academic Management Science

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Vol.3 No.1
January – June 2021

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กรณีศึกษาชุมชนม้ง บ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
GUIDELINE FOR SUPPORT CULTURAL TOURISM :
A CASE STUDY OF HMONG KHEKNOI COMMUNITY,
KHAO KHO DISTRICT, PHETCHABUN PROVINCE

นภัตสร เรืองกลกิจ^{1*} นุจรี เถาว์ถาวร^{2*} และทิววรรณ ศิริเจริญ กันหา^{3*}

Napatsorn Ruangkakit^{1*} Nutjaree Thaothaworn^{2*} and Tiwawan Siricharoen Kanha^{3*}

^{1*}นักศึกษาศาสาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

^{2*}นักศึกษาศาสาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

^{3*}อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

*E-mail : popeyemamai@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาหาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนม้งบ้านเข็กน้อย และนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนม้งบ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 16 คน ได้แก่ หน่วยงานจากภาครัฐ ประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน คนในชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวชาวไทย แล้วนำประเด็นที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชน มีจุดแข็งและโอกาส คือ ชุมชนม้งบ้านเข็กน้อย มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม มีขนบธรรมเนียมประเพณีและภูมิปัญญาที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น อีกทั้งยังได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ แต่ก็ยังมีจุดอ่อนและอุปสรรคอยู่หลายด้าน เช่น ทศนคติของชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว และสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำเสนอแนวทางการส่งเสริม ใน 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ (1) ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยหน่วยงานภาครัฐหรือผู้เกี่ยวข้องควรสนับสนุนความรู้ เกี่ยวกับประโยชน์และผลกระทบ ที่จะเกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น รับทราบถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน (2) ด้านการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่สร้างการเรียนรู้ และประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอยู่บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน และ (3) ด้านการส่งเสริมการ

ประชาสัมพันธ์ ผ่านทางโซเชียลมีเดียให้มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กว้างมากขึ้น โดย
ควรมุ่งเน้นภาพลักษณ์ในด้านความปลอดภัยและการท่องเที่ยวปกติวิถีใหม่ (New normal) ของชุมชน

คำสำคัญ : แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนม้งบ้านเข็กน้อย

Abstract

The research aims to study the potential of tourism in Hmong KhekNoi community and provide guideline for support cultural tourism a case study of Hmong KhekNoi community. The study was used qualitative research methods. The data collection was structured interviews, after it had been checked validity by the experts. This research had used purposive sampling to choose the population who can provide information of Hmong KhekNoi community tourism management according to the research objectives. The sixteen key informants were divided into six groups; government officers, head of the tourism community enterprise, the local community, tourism business entrepreneurs, academicians, and Thai tourists. After that, the issues from the data collection were analyzed by the content analysis.

The result of the research shown that the community tourism potential has both strengths and opportunities. There are unique culture, outstanding traditional and wisdom of Hmong community, and the government supporting. However, there are many still weaknesses and threats such as the community attitude to participation in tourism development. Therefore, the researcher presents are three guidelines for support Hmong KhekNoi cultural tourism as follow ; (1) Support of the community participation, the government or stakeholder they should be should provide tourism knowledge about tourism impacts that it will arise from tourism development in the community. Likewise giving opportunities for the local community participate in expressing opinions and acknowledge in tourism development process. (2) Support of tourism activities, based on Hmong community identity for tourists learning and experiences for tourists; (3) Support of public relations through social media to create more perception of tourists. Besides, focus on the destination image of safety and New Normal travel in the community way.

Key word: Guidelines for support cultural tourism, Hmong KhekNoi community

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่น่าสนใจนำมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแหล่งที่อยู่ นั้น ๆ รวมถึงซื้อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมหรืองานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนท้องถิ่น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556)

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมของกรมการพัฒนาชุมชนมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริม พัฒนา และต่อยอดการดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว โดยมุ่งให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อยเป็นหนึ่งในชุมชนที่ได้รับการคัดเลือกเพื่อการเข้าร่วมโครงการ (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2562) ด้วยความมีเอกลักษณ์เชิงชาติพันธุ์และยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของชุมชนมั่งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีจำนวนประชากรชาวมั่งกว่า 10,000 คน อีกทั้งลักษณะทางภูมิศาสตร์ยังมีประวัติความเป็นมาที่เชื่อมโยงกับเหตุการณ์สู้รบระหว่างรัฐบาลไทยกับผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ ในชุมชนยังมีแหล่งท่องเที่ยว สินค้า วัฒนธรรมและประเพณี ที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากมาย เช่น ตลาดนัดชาวมั่ง น้ำตกแก่งสาวน้อย น้ำตกสันติสุข ดอยตัวเพง ดอยผาตัด ประเพณีฉลองปีใหม่มั่ง การเล่นลูกข่าง การแข่งขันยิงหน้าไม้ การโยนลูกช่วง ประเพณีกินข้าวใหม่ ต้มไก่สมุนไพร น้ำพริกมั่ง พืชชาวมั่ง ไล่อ้วมมั่ง และงานฝีมือต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อให้เป็นของฝากของที่ระลึก สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน มีทักษะเฉพาะตนที่โดดเด่น เช่น กลุ่มผ้าปักและผ้าเขียนเทียนมั่งบ้านเข็กน้อย (วิศัลย์ โฆษิตานนท์, 2560) นอกจากนี้ชุมชนบ้านเข็กน้อย ยังมีแหล่งผลิตแมคคาเดเมีย ที่นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมกระบวนการผลิต ตั้งแต่ต้นแมคคาเดเมีย กระบวนการผลิตและแปรรูปเพื่อจำหน่าย

แต่จากสถานการณ์ไวรัสโควิด - 19 ในช่วงที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อชุมชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีหลายกิจกรรมของชุมชนงดรับนักท่องเที่ยว เช่น ตลาดนัดมั่ง กิจกรรมการเรียนรู้ผ้าปัก กิจกรรมการละเล่น ประเพณี อีกทั้งการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงที่ค่อนข้างมีข้อจำกัด อาทิ รูปแบบการเดินทางและกิจกรรมที่จะต้องคำนึงถึงการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และการใช้ชีวิตแบบปกติวิถีใหม่ (New normal) ชุมชนฯ จึงควรมีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศที่จะส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนั้นคณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในประเด็นดังกล่าวโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

2. เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การศึกษาศักยภาพของชุมชน และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งความเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน และยังสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ภัคณิษา อภิศุภกรกุล และคณะ (2550) และ กรมการท่องเที่ยว (2557) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆ ที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม รวมถึงสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง ที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย นักท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติ ความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิดและความศรัทธา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และสามารถนำมาทำการศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เพียงกานต์ นามวงศ์ (2552) กล่าวถึง ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจะต้องยึดหลัก 9 ประการ ได้แก่ (1) ต้องอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้คนรุ่นหลัง (2) การจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (3) ศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย (4) ได้รับความรู้ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ (5) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม (6) ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์ (7) กิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (8) คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน (9) ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยในช่วงที่ผ่านมา มีนักวิจัยหลายท่านได้กล่าวถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยการพัฒนาให้ชาวบ้านในชุมชนมีจิตอาสา มีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน ดำเนินงาน และติดตามผลร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนงบประมาณ ขยายข่าย ปฐมกาญจนา และนรินทร์ สังข์รักษา (2558) ปิ่นฤทัย คงทอง และสุวารี นามวงศ์ (2559) กล่าวว่า ความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมและจิตสำนึกของคนในชุมชนในฐานะเจ้าบ้าน จิตสำนึกของนักท่องเที่ยว การประสานงาน ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายในท้องถิ่น รวมถึงภาวะผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง และอินทรา ศิลปอาจารย์ และคณะ (2560) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการอนุรักษ์และสืบทอด ได้แก่ ปัจจัยด้านครอบครัว กลุ่มเครือญาติ อาชีพ ผู้นำ และกิจกรรมของชุมชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาชุมชน โดยชุมชนควรจะได้มีส่วนร่วมในการวางแผน และตัดสินใจร่วมกัน โดยสาโรช

เผือกบัวขาว และเฉลียว บุรีภักดี (2561) ยังเสนอแนวทางการพัฒนาด้านการบริการที่หมายรวมถึง บุคลากรที่มีคุณภาพ ความปลอดภัย สินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน ระบบสาธารณูปโภคที่เพียงพอและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไว (2561) ได้เสนอแนะว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรใช้มาตรฐานและตัวชี้วัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ให้สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ แต่อย่างไรก็ตามชุมชนจำเป็นต้องมีการจัดสรรบุคลากร และหน่วยงานในการรับผิดชอบและส่งเสริมในเรื่องต่างๆ สอดคล้องกับ สุชาติ รักเกื้อ (2560) กล่าวว่า ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรมีการพัฒนาแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ที่ส่งเสริมให้ให้ชุมชนบริหารจัดการตนเองสามารถช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยจัดกิจกรรมชมวิถีชีวิตในชุมชน ควรสร้างจุดเด่นของพื้นที่โดยนำธรรมชาติมาเสนอเป็นจุดขายและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ส่วนด้านการตลาดการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนให้ชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดระบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก หรือเว็บไซต์ของเทศบาลให้ข้อมูลเป็นปัจจุบันและทันสมัยอยู่เสมอ รวมถึงการจัดทำคู่มือแผ่นพับ ใบปลิวและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี, 2556)

ผู้วิจัยสรุปแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยการพัฒนาให้ชาวบ้านในชุมชนต้องมีจิตอาสา มีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน ดำเนินงาน และติดตามผลร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ และปัจจัยเพิ่มเติมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการอนุรักษ์และสืบทอด ได้แก่ ปัจจัยด้านครอบครัว กลุ่มเครือญาติ อาชีพ ผู้นำ และกิจกรรมของชุมชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาชุมชน โดยชุมชนควรจะได้มีส่วนร่วมในการวางแผน และตัดสินใจร่วมกัน และหากจะนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ จะต้องประกอบด้วย การมีส่วนร่วมและจิตสำนึกของคนในชุมชนในฐานะเจ้าบ้าน จิตสำนึกของนักท่องเที่ยว การประสานงาน ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายในท้องถิ่น รวมถึงภาวะผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรใช้มาตรฐานและตัวชี้วัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ให้สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ แต่อย่างไรก็ตามชุมชนจะต้องสามารถบริหารจัดการตนเองสามารถช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นต้องเกิดการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

จากแนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวปลอดภัย ต่างให้ความสำคัญกับสุขอนามัย ซึ่งเป็นอิทธิพลทางสังคมสู่แนวคิดการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยเฉพาะการทำความสะอาด การเว้นระยะห่าง การปฏิบัติตามมาตรการรัฐ การซื้อสินค้าออนไลน์ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น การชะลอการเดินทาง การลดใช้รถสาธารณะ การเดินทางระยะสั้นในแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงความแออัด เป็นต้น จากพฤติกรรมดังกล่าวเห็นได้ชัดว่านักท่องเที่ยวให้ความใส่ใจกับสุขอนามัยเป็นอันดับต้นๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นธุรกิจท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องหาแนวทางเพื่อสร้างความมั่นใจในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2564; ดารณี อาจหาญ เกิดศิริเจริญวิศาล และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2565)

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การศึกษารวบรวมข้อมูลด้านเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมั่งเข็กน้อย มีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีส่วนช่วยผลักดันด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีส่วนได้ส่วนเสีย และสามารถให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนมั่งเข็กน้อยได้ จำนวน 16 คน ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน คือ การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์ และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาค้อ ประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 1 คน ผู้ประกอบการในชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย จำนวน 2 คน คือ ตัวแทนจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าเขียนเทียนสีมั่ง และร้านกาแฟจาง่ช่วง คนในชุมชนบ้านเข็กน้อย จำนวน 5 คน นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวและสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนมั่ง จำนวน 5 คน คือ และนักวิชาการ จำนวน 1 คน คือ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์โดยมีเครื่องมือในการใช้ศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และหาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย ซึ่งได้กำหนดระยะเวลาในการสัมภาษณ์ไม่เกิน 20 นาทีต่อคน เพื่อให้กระชับเวลาและสะดวกต่อผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะนำข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมได้มาจำแนกและจัดกลุ่มข้อมูล เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangular Check) (โยธิน แสงดี, 2561) ได้แก่ การตรวจสอบความเหมือนของเนื้อหารายละเอียดในภาพรวมของคำถามการวิจัย แล้วเปรียบเทียบกับเนื้อหาที่สังเกตได้ การตรวจสอบด้านผู้วิจัย โดยการนำข้อมูลจากผู้ช่วยนักวิจัยมาเปรียบเทียบกับความเหมือนและต่างของข้อมูล และการตรวจสอบด้านวิธีรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีเก็บรวบรวม

ข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามหลักการตีความหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาบริบทและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ และนำมาสรุปผลการวิจัย ได้ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
S1 ชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อยเป็นชุมชนที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม โดยมีวิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณีในแบบชนเผ่าม้งดั้งเดิม มีภูมิปัญญา และดำรงอยู่ตามกฎจารีตประเพณีของชาวม้ง	W1 ด้านผู้นำชุมชนที่ยังให้ความสำคัญไม่มากนักเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากมีภารกิจจำนวนมากและท่านยังเห็นว่าการท่องเที่ยวอาจยังสร้างรายได้ไม่เท่ากับอาชีพหลักของคนชุมชนได้
S2 ชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อยเป็นชุมชนม้งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ	W2 ลักษณะเฉพาะของชาวม้งที่ยังคงมีปัญหาความเหลื่อมล้ำจากตระกูลแตกต่างกัน
S3 มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นไม่ว่าจะเป็น การแต่งกาย อาหาร การละเล่น ความเชื่อ	W3 ชาวม้งให้ความสำคัญกับผู้ชายเป็นผู้นำ ส่งผลให้หญิงชาวม้งมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐค่อนข้างน้อย
S4 มีลักษณะทางกายภาพที่เป็นเทือกเขาล้อมรอบสวยงาม	W4 ชุมชนยังมีจำนวนผู้สูงอายุจำนวนมากที่ยังมีความคิดล้าสมัยและยากที่จะปรับตัวให้เข้ากับสังคมภายนอก และในสถานการณ์ปัจจุบันส่งผลให้คนในชุมชนรวมตัวกันได้ยากมากขึ้น
S5 คนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ที่จะสร้างความประทับใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาอีกครั้ง	W5 ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวในหลายด้าน เช่น การรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงานหรือเข้ามาศึกษาเรียนรู้จำเป็นต้องจองล่วงหน้าเพื่อจัดเตรียมบุคลากร ซึ่งบางครั้งตรงกับช่วงเวลาเก็บเกี่ยวก็จะยิ่งส่งผลกระทบมาก

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
O1 มีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนมั่งคั่งขึ้น O2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากโครงการประกวดหมู่บ้านท่องเที่ยวถือเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก	T1 สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด - 19 จึงส่งผลให้การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวขาดความต่อเนื่องและไม่มีแหล่งของรายได้จากนักท่องเที่ยว T2 นักท่องเที่ยวให้ความสนใจสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
O3 ชุมชนยังมีพื้นที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักบนเขาค้อหลายจุดซึ่งถือเป็นโอกาสที่จะได้รับการหมุนเวียนเดินทางมาของนักท่องเที่ยวได้ง่าย O4 การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐที่มีนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เที่ยวปันสุข	

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางออนไลน์จะสามารถสร้างการรับรู้ได้ดีกว่าแผนพบปะประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวนิยมค้นหาข้อมูลการเดินทางผ่านทางออนไลน์ ดังนั้นสื่อออนไลน์จำเป็นต้องมีข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนว่าสามารถเดินทางได้หรือไม่ ควรเตรียมตัวอย่างไร และมีกิจกรรมอะไรที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้บ้าง เป็นต้น ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลเสนอให้มีความร่วมมือกันระหว่างชุมชน นักวิชาการ และนักการตลาดระดับประเทศ ร่วมกันพัฒนาสินค้าและบริการให้มีเอกลักษณ์มากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้จริง แต่ยังคงไว้ด้วยการอนุรักษ์ในความเป็นชุมชนมั่งคั่ง เช่น จัดให้มีการจำลองวิถีชีวิต จำลองบ้านเรือนวัสดุอุปกรณ์ไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ควบคู่ไปกับการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่สามารถเชื่อมโยงกับชุมชนได้ เช่น น้ำตกแก่งสวาน้อย น้ำตกสันติสุข ดอยตัวเพ่ง ดอยผาดัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามของชุมชนและนักท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ซึ่งในการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชนยังต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญ แต่พบว่าในช่วงที่ผ่านมา ยังขาดความต่อเนื่องและการได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนค่อนข้างน้อย

ดังนั้นสำหรับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนมั่งคั่งบ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ คณะผู้วิจัยได้นำมาสรุปและจัดเรียงตามลำดับความสำคัญ เพื่อนำไปสู่แนวทางการส่งเสริม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อยได้สำเร็จ ได้แก่ (1) แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานหรือผู้เกี่ยวข้องควรสนับสนุนความรู้ ประโยชน์และผลกระทบ ที่จะเกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น รับทราบถึงปัญหาและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว (2) แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่สร้างการเรียนรู้และประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีการสาธิตการทำผ้าปักหรือผ้าเขียนเทียน มีสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น มีสาธิตการทำถ่านกัมมันต์ และกิจกรรมการทำคุกกี้และกิจกรรมการแข่งขันขับฟอว์มูล่ามั่ง ซึ่งอยู่บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน และ(3) แนวทางการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดียให้มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กว้างมากขึ้น เช่น การจัดแพชั่นโชว์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเผยแพร่ภาพหรือวิดีโอ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าชุมชน โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นักวิชาการ นอกจากนี้ในการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ ควรมุ่งเน้นภาพลักษณ์ในด้านความปลอดภัยและการท่องเที่ยวปกติวิถีใหม่ (New normal) ของชุมชน

สรุปและวิจารณ์ผล

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลการศึกษา ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์และนำเสนอศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ได้ดังนี้

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย พบว่า ชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่น มีขนบธรรมเนียมประเพณีและภูมิปัญญาที่มีอัตลักษณ์ เช่น การจัดงานประเพณีฉลองปีใหม่มั่งเรียกว่า “น่อเป็ใจวฮ์” แปลตรงตัวได้ว่า “กินข้าวสามสิบ” ซึ่งเป็นงานรื่นเริงของชาวมั่งทุกๆปี จะจัดขึ้นหลังจากได้เก็บเกี่ยวผลผลิตในรอบปีเรียบร้อยแล้ว และจะมีการละเล่นต่างๆในงาน เช่น การละเล่นลูกช่วง การตีลูกข่าง การร้องเพลงมั่ง เป็นต้น และยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เช่น น้ำตกสันติสุขที่มีน้ำตลอดทั้งปี ดอยตัวพ่ง ซึ่งเป็นดอยที่อยู่ระหว่างทางไปภูทับเบิกเป็นเส้นทางลัดและประกอบไปด้วยพืชนานาชนิดและต้นไม้ใหญ่ เช่น ต้นเมเปิล และยังมีผาตัดหรือดอยเขาขาด ที่เป็นเทือกเขาสูงพื้นที่บนยอดเขาเป็นที่ราบสูงบางส่วนลาดชัน มีพันธุ์ไม้ป่าหลายชนิดและยังเป็นที่อยู่ของสัตว์ป่าสงวนหลายชนิด ส่วนศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทางชุมชนมีศูนย์การท่องเที่ยวโดยมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน คนในชุมชนได้ร่วมปรึกษาหารือและร่วมมือกัน ในการส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชน แหล่งธรรมชาติ ความงดงามของหมู่บ้าน รวมถึงอาหารและพืชผักที่ปลอดสารพิษ

ดังนั้นจากการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย คณะผู้วิจัยจึงนำเสนอ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย ได้ 3 แนวทาง คือ แนวทางการส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วม แนวทางการส่งเสริมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และแนวทางการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ โดยจะนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

แนวทางการส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานภาครัฐและผู้นำชุมชนเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น รับทราบถึงปัญหาจากการท่องเที่ยว ประโยชน์ในเรื่องการสร้างรายได้แก่ชุมชน รวมไปถึงร่วมวางแผนงานกับผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐควรต้องมีส่วนช่วยเหลือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเล็กน้อย เช่น การสนับสนุนด้านความรู้ การจัดหาที่เลี้ยงรวมไปถึงช่องทางการตลาดร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ อินทรีา ศิลปาจารย์ และคณะ (2560) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และสืบทอดที่เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเครือญาติ กลุ่มอาชีพ กลุ่มผู้นำ และกิจกรรมของชุมชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พัฒนาชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจร่วมกัน ในการประสานงานขอความร่วมมือ และสร้างภาวะผู้นำที่เข้มแข็ง (ปิ่นฤทัย คงทอง และสุวารี นามวงศ์, 2559)

แนวทางการส่งเสริมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ในการจัดกิจกรรมชมวิถีชีวิตชุมชนแบบปกติวิถีใหม่ (New normal) รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวยังคงควรเกี่ยวข้องกับวิถีชุมชนดั้งเดิม เช่น การทำผ้าปักลายมัดและผ้าเขียนเทียน การชมและสาธิตการทำอาหารพื้นบ้าน แต่ควรต้องออกแบบกิจกรรมใหม่เชิงสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น คุกกี้นึ่ง ซึ่งเป็นพืชผักทางการเกษตรที่คนม้งนิยมปลูกอีกทั้งในปัจจุบันคนดูแลสุขภาพพากันขึ้นจึงอาจเป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามแต่ละกิจกรรมจำเป็นต้องมีการเว้นระยะห่างทางสังคม สวมหน้ากากอนามัย พร้อมกับล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ตลอดการเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้ การจำกัดจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมไปถึงการเตรียมวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆบรรจุแยกเป็นชุดเล็กๆไว้ให้ผู้เข้ากิจกรรมได้ทดลองชิมและลงมือทำ ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ที่ผ่านมามีผลให้การท่องเที่ยวทั่วโลกต้องปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัยทั้งนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน สุชาติ รักเกื้อ (2560) ได้กล่าวว่า ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรมีการพัฒนาแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้ชุมชนบริหารจัดการตนเองและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยในการจัดกิจกรรมวิถีชีวิตควรนำเสนอจุดเด่นของพื้นที่มาเสนอเป็นจุดขายและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจ และตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ส่วนในเรื่องความปลอดภัยถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยเมื่อวางแผนเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าเชิงประสบการณ์ที่ตนจะได้รับกับราคา และความเสี่ยงจากความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวก่อน (เอกชัย ชำนินา, 2563) ดังนั้นการมีมาตรการความปลอดภัยจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวควบคู่กับกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

แนวทางการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ จากการทบทวนวรรณกรรม เกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว กันตภณ แก้วสง่า และคณะ (2563) กล่าวว่า แนวโน้ม

ของการใช้สื่อเพื่อการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวปัจจุบันนิยมใช้ สื่อออนไลน์มากขึ้น การส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ จึงควรเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่าน เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Sites) เช่น Facebook, Line, Tik Tok, Twitter, YouTube, Instagram, Pantip เป็นต้น ดังนั้นแนวทางการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมั่งบ้านเข็กน้อย ควรมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ควบคู่กับแผ่นพับ (Brochure) ของชุมชนโดยการจัดทำข้อมูลที่มีคุณภาพและเป็นปัจจุบัน โดยในการประชาสัมพันธ์ควรนำเสนอกิจกรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการนำเสนอมาตรการความปลอดภัยจากการเดินทางท่องเที่ยวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด - 19 (พุทธชาติ ลุนคำ, 2564)

ดังนั้นจากผลการศึกษาข้างต้นผู้วิจัยจึงนำเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์โควิดคลี่คลาย โดยมุ่งให้ความสำคัญใน 3 ประเด็น คือ (1) การมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานด้านการท่องเที่ยว จำเป็นต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมตั้งแต่การรับฟังข่าวสารการพัฒนาการท่องเที่ยว ร่วมคิดวางแผน ตัดสินใจ ลงมือทำ และแก้ไขปัญหาด้วยกัน โดยยึดหลักความโปร่งใส เป็นธรรม และทั่วถึงเป็นหัวใจสำคัญ (2) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว จะต้องมุ่งเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังคงต้องมุ่งตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และสร้างโอกาสในการจดจำและบอกต่อ และ (3) การประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในสถานการณ์โควิด สื่อออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่สำคัญเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้ดีที่สุด รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย โดยในการนำเสนออยู่นอกจากการชูจุดเด่นของชุมชน ยังต้องคำนึงถึงการสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางที่ปลอดภัยอีกด้วย

กิตติกรรม

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่าน ได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชน เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนอำเภอเขาค้อ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเป็นอย่างดี และการวิจัยในครั้งนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงไปได้ หากขาดความร่วมมือ และความกรุณาจากบุคคลหลายฝ่ายที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัยในครั้งนี้ จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://bit.ly/3tFiO9w>. (2563, 30 กรกฎาคม).

- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2561). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. 6(1): 131-148.
- กันตภณ แก้วสง่า, บุษบา สุธีธร, และอภิษฐา อยู่โนธรรม. (2563). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*. 15(2): 14-28.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://tourism-dan1.blogspot.com/2013/06/blog-post.html>. (2563, 23 กรกฎาคม).
- ขวัญฤทัย เดชทองคำ. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้วิกฤติ โควิด 19. *International Thai Tourism Journal*, 17(2), 1-18.
- ชายชาญ ปฐมกาญจนา และนรินทร์ สังข์รักษา. (2558). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ Academic Services Journal Prince of Songkla University*. 26(1): 118-129.
- ดารณี อางหาญ เกิดศิริ เจริญวิศาล และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2565). การยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 22(1), 186-204.
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการ. (2556). การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดน และบ้านโตนป่าหน้น อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 27(83): 97-112.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิ่นฤทัย คงทอง และสุวารี นามวงศ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 12(2): 1-32.
- พุทธชาติ ลุนคำ. (2564). *วิจัยกรุงศรีประมวลทางรอดธุรกิจท่องเที่ยว-โรงแรมหลังโควิด*. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://bit.ly/2RjgjfW>. (2564, 10 กุมภาพันธ์)
- เพ็ญกานต์ นามวงศ์. (2552). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนไหลหิน ตำบลไหลหิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ภคินิชา อภิศุภกรกุล. (2550). *การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับเทศกาลการท่องเที่ยวประจำปี ในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานใต้*. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://bit.ly/3vWAEq5>. (2563, 16 กันยายน).

- โยธิน แสงวดี. (2561). การวิจัยเชิงคุณภาพ. เอกสารประกอบการเรียนการสอน เรื่องการออกแบบการวิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิศัลย์ โฆษิตานนท์. (2560). **ชนเผ่าม้ง บ้านเข็กน้อย**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://bit.ly/3hm6EQr>. (2563, 29 สิงหาคม).
- สาโรช ผือกบัวขาว และเฉลียว บุรีภักดี. (2561). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอชะอำจังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University. 11(3): 3347-3490.
- สุชาดา รักเกื้อ. (2560). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลนครชุมอำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร**. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4: สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2562). **การดำเนินยุทธศาสตร์ส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว; OTOP นวัตกรรมวิถี**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก : <https://bit.ly/2R1n3PL>. (2563, 11 สิงหาคม).
- อินทิรา ศิลปาจารย์ และคณะ. (2560). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และสืบทอดผ้าเขียนเทียนของชาวไทยเผ่าม้งในจังหวัดเชียงราย (โครงการวิจัย)**. กรุงเทพฯ : กระทรวงวัฒนธรรม
- เอกชัย ชำนินา. (2563). การจัดการความปลอดภัยการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วารสารมหาจุฬานครพนม. 7(8): 174.



Journal of Academic Management Science

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Vol.3 No.1
January – June 2021

ความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

Work readiness of students in higher education

อำพล ชะโยมชัย

Ampol Chayomchai

หลักสูตรการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Corresponding author E-mail: Ampol.cha@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการนี้เกิดจากการวิจัยแบบทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรหลักที่ผู้วิจัยสนใจ ได้แก่ ความพร้อมในการทำงาน ซึ่งในที่นี้หมายถึงความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษาในวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ซึ่งการทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาดังกล่าวมีประโยชน์อย่างมากต่อสถาบันการศึกษาในการวางแผนยุทธศาสตร์ พันธกิจ และกิจกรรมในการดำเนินการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิผลตามปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ การดำเนินการดังกล่าวของสถานศึกษาเพื่อที่จะสร้างบัณฑิตที่มีความพร้อมในการทำงานนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตซึ่งหมายถึงองค์กรต่าง ๆ ทั้งในภาครัฐหรือภาคเอกชน บทความนี้สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาไว้ 5 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุก ทักษะทางเทคโนโลยี คุณธรรม ความฉลาดทางอารมณ์ และความฉลาดทางสังคม สถาบันการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตให้สังคมสามารถนำตัวแบบจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผน พันธกิจ และกิจกรรมที่สอดคล้องกับปัจจัยทั้ง 5 นี้ได้ในอนาคตเพื่อสร้างบัณฑิตที่พร้อมในการทำงานต่อไป

คำสำคัญ: ความพร้อมในการทำงาน, ปัจจัยสำคัญ, การวิจัยแบบทบทวนวรรณกรรม

ABSTRACT

This academic paper is based on a literature review that deals with the main variable that the researcher is interested in, namely work readiness, which here means readiness to work for students pursuing higher education. Knowing the key factors affecting the readiness of such students is very helpful to educational institutions in planning strategies, missions and activities for teaching and learning to be effective according to these important factors.

Such actions by educational institutions in order to create graduates who are ready to work can meet the needs of those who will use graduates after graduation, which means organizations in the public or private sectors. This article summarizes the factors affecting the work readiness of students in higher education, including 5 factors: proactive personality, technological skills, integrity, emotional intelligence, and social intelligence. Educational institutions that produce graduates for society can use the models from this research to be useful in formulating plans, missions and activities that correspond to these 5 factors in the future to create graduates that are ready for work.

Keyword: Work Readiness, Key Factors, Literature Review Research

บทนำ

สถาบันศึกษามีหน้าที่สำคัญในการผลิตบัณฑิตตามความต้องการของสังคม องค์กรต่าง ๆ ในสังคมต้องการบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถ มีความพร้อมทั้งร่างกาย ความคิด และจิตใจ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน ล้วนมีความต้องการบัณฑิตที่มีความพร้อมในการทำงานให้กับองค์กร การออกแบบการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่สถาบันการศึกษาต้องให้ความสนใจในเรื่องความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาในสถาบัน ผู้บริหารทางการศึกษาในสถาบันต้องกำหนดแนวนโยบาย ยุทธศาสตร์ การวางแผน และการออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความคิด ความเข้าใจ ทักษะ และประสบการณ์ เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานได้อย่างเหมาะสมและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต หรือสังคม ประเทศไทยได้กำหนดมาตรฐานทางการศึกษาแห่งชาติที่กำหนดลักษณะพึงประสงค์ของบัณฑิตจากสถาบันการศึกษาในประเทศ ซึ่งมีคุณลักษณะหรือทักษะที่ได้รับการกำหนดไว้หลายด้านที่ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานของบัณฑิตในระดับอุดมศึกษา เช่น บุคลิกภาพ ทักษะทางด้านเทคโนโลยี ทักษะทางสังคม คุณธรรมและจริยธรรม ความฉลาดทางสังคม เป็นต้น (พิพาการ เลขภัสร์, 2561; มณีโชติรส เกิดปัญญา และ สานนท์ ฉิมมณี, 2562; ภูมิวรพล กุณทา, 2563; สุกรี บุญเทพ และ หมัดเฟาซี รูบามา, 2563)

ความพร้อมในการทำงาน (Work readiness) ถือเป็นหลักที่ใช้เป็นตัววัดศักยภาพของบัณฑิตจบใหม่ หมายถึง ความสามารถของบัณฑิตจบใหม่ในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งการให้ความเชื่อมโยงไปยังผู้ใช้บัณฑิตที่มีความต้องการพนักงานใหม่ในลักษณะที่องค์กรคาดหวัง เช่น ทักษะความสามารถ ความรับผิดชอบ ความสามารถในการปรับตัว การจัดการความเครียด การสื่อสาร มุมมองต่อตนเอง การพัฒนาตนเอง เป็นต้น (Cabrera, 2020; Fenech, Baguant, & Abdelwahed, 2020) ความ

พร้อมในการทำงานของนักศึกษาถือเป็นความท้าทายอย่างหนึ่งที่สำคัญของสถาบันการศึกษา เป็นเรื่องที่แสดงคุณลักษณะที่จะทำให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน ทั้งด้านประสิทธิภาพของงานและความก้าวหน้าทางอาชีพในอนาคต (Caballero & Walker, 2010; Fenech, Baguant, & Abdelwahed, 2020) การมีความพร้อมในการทำงานของบัณฑิตนี้สามารถช่วยลดปัญหาภาวะไม่มีงานทำลงได้ การเตรียมความพร้อมจึงมีความสำคัญต่อการสร้างความรู้และทักษะที่จำเป็น ถือเป็น การเตรียมบัณฑิตให้พร้อมในการทำงาน ซึ่งเป็นการต้องการของผู้ใช้แรงงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตัวอย่างปัจจัยที่ส่งผลให้มีความพร้อมในการทำงาน เช่น ความฉลาดทางสังคม ความสามารถในการทำงาน คุณลักษณะส่วนบุคคล เป็นต้น (Abuhussain, et al., 2021)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ซึ่งในปัจจุบัน พบว่า ผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา คือ คนไทยรุ่น Generation Z ที่มีบุคลิกลักษณะที่แตกต่างจากนักศึกษารุ่นก่อน ๆ ทั้งในด้านทัศนคติ การรับรู้ ความคิดไตร่ตรอง และพฤติกรรมที่แสดงออก ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาต่าง ๆ ในระดับอุดมศึกษาจึงต้องทำความเข้าใจในลักษณะต่าง ๆ ของ Generation นี้ให้เข้าใจอย่างชัดเจนด้วย เพื่อการพัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอนให้มุ่งไปสู่ปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานของคนไทยกลุ่มนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาไทย โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บุคลิกภาพเชิงรุก

บุคลิกภาพเชิงรุกมีความสำคัญกับความสามารถในการทำงาน เช่น ความเชื่อมั่นตนเอง การบริหารเวลาที่ดี การจัดลำดับงานอย่างเหมาะสม เป็นต้น (Sagita, Hami, & Hinduan, 2020) การมีบุคลิกภาพเชิงรุกเป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนความพร้อมในการทำงานกับองค์กรผู้ใช้งานบัณฑิต (Caballero & Walker, 2010) เนตร์ศิริ เรื่องอริยภักดี ชลธร จันทะโสธ และ กฤษณ์ วิทวัสสำราญกุล (2562) ระบุว่า บุคลิกภาพหมายถึง ลักษณะนิสัยและพฤติกรรมโดยรวมของบุคคลที่ตอบสนองต่อสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข โดยการศึกษาของ พิพากร เลขภัสร์ (2561) ที่วิจัยในเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุกและการรับรู้บรรยากาศองค์การที่มีต่อความตั้งใจคงอยู่ในงาน โดยมีความผูกพันต่อองค์การเป็นตัวแปรสื่อของพนักงานบริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า ผลวิจัยพบว่า บุคลิกภาพเชิงรุกมีอิทธิพลต่อทั้งความผูกพันต่อองค์การและความตั้งใจที่จะคงอยู่ในงาน สิ่งนี้มี

ความหมายว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกย่อมส่งผลต่อความพร้อมทางด้านจิตใจในการทำงานกับองค์กร อดทนต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการทำงานในองค์กร ด้านการศึกษาของ เนตร์ศิริ เรืองอริยภักดิ์ ชลธร จันทะโสโต และ กฤษณ์ วิทวัสสำราญกุล (2562) ที่วิจัยเรื่องบุคลิกภาพของบัณฑิตใหม่สาขาธุรกิจการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ที่มีผลต่อการปรับตัวเพื่อการทำงานในอุตสาหกรรมการบิน ผลวิจัยได้พบว่า ปัจจัยบุคลิกภาพในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบเปิดเผย แบบเปิดรับประสบการณ์ แบบเห็นพ้อง และแบบจิตสำนึก ส่งผลต่อการปรับตัวในการทำงานของบัณฑิตใหม่ดังกล่าว ส่วนการศึกษาของ พรรณราย อักษรถึง (2560) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุพระระดับและผลของพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติงานด้านนโยบายและแผน ผลวิจัยสรุปว่า พฤติกรรมการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการปฏิบัติงาน จากผลวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า บุคลิกภาพเชิงรุกในการทำงานมีผลอย่างชัดเจนต่อผลการปฏิบัติงาน

โดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพเชิงรุก ผู้วิจัยสรุปได้ว่า บุคลิกภาพเชิงรุกมีความสำคัญต่อการผลิตบัณฑิตที่มีความพร้อมในการทำงานหลังจบการศึกษาจากสถาบันระดับอุดมศึกษา ซึ่งหมายความว่า บุคลิกภาพเชิงรุกนั้นมีอิทธิพลต่อความพร้อมในการทำงานนั่นเอง ดังนั้นผู้บริหารสถาบันการศึกษาจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างทักษะด้านนี้ให้เกิดขึ้นกับนักศึกษาเพื่อให้พร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานในอนาคต

ทักษะทางเทคโนโลยี

ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงความพร้อมในการทำงานของบัณฑิตจบใหม่ (Caballero & Walker, 2010) เมื่อโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นักศึกษาในสถาบันการศึกษาต้องมีทักษะที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตและการทำงานในอนาคตที่โลกเปลี่ยนแปลงมุ่งสู่โลกแห่งเทคโนโลยีและดิจิทัล นักศึกษาจึงต้องมีทักษะทางเทคโนโลยีซึ่งหมายถึง ความเข้าใจในเทคโนโลยีต่าง ๆ มีความสามารถในการบริหารจัดการสารสนเทศได้ สามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้องเพื่อนำผลไปใช้แก้ไขปัญหาในการทำงาน จากการศึกษาของ มณีโชติรส เกิดปัญญา และ สานนท์ ฉิมมณี (2562) ที่วิจัยเชิงคุณภาพกับผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่ภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เกี่ยวกับทักษะทางด้านเทคโนโลยีของนักศึกษา พบว่า บางทักษะในด้านเทคโนโลยีของนักศึกษายังคงต้องพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานในปัจจุบัน ผลสรุปจากการศึกษานี้ชี้ว่า ทักษะทางเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญต่อความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญญุปารย์ ศิลปนิมลาลย์ ธวัช อารีราษฎร์ สายชล จินใจ และ เพลิง พรหมสาขา ณ สกลนคร (2558) ที่ศึกษาด้วยวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกี่ยวกับทักษะทางด้านเทคโนโลยีของนักศึกษาในกลุ่มสถาบันนี้ ผลวิจัยพบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างมากต่อการเข้าสู่

ตลาดแรงงานของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ซึ่งผู้บริหารสถาบันการศึกษาควรพัฒนาทักษะด้านนี้เพื่อให้เกิดความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาในอนาคต

โดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านทักษะทางเทคโนโลยี ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ทักษะทางเทคโนโลยีก็เป็นอีกทักษะหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการผลิตบัณฑิตเพื่อให้เกิดความพร้อมในการทำงาน โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาที่หลังจบการศึกษาจะต้องเข้าสู่ตลาดแรงงาน ดังนั้น ทักษะทางเทคโนโลยีจึงมีอิทธิพลต่อความพร้อมในการทำงานอย่างชัดเจน ผู้บริหารสถาบันการศึกษาจำเป็นต้องมุ่งประเด็นนี้และวางแผนนโยบายและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมทักษะนี้ให้กับนักศึกษาในสถาบันเพื่อให้เกิดความพร้อมในการทำงานต่อไปหลังจบการศึกษา

คุณธรรม

การปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกด้านคุณธรรมและจริยธรรมให้กับบุคคลถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการดำเนินการด้านนี้จะช่วยให้ชุมชน สังคม และประเทศมีความเข้มแข็งมากขึ้น นอกจากนั้น ยังถือเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้มีความอยู่ดีมีสุข รู้จักความพอประมาณ มีเหตุผล และมีระบบภูมิคุ้มกัน (สุกรี บุญเทพ และ หมัดเฟาซี รูบามา, 2563) การศึกษาของ วินัย หมื่นรักษ และ นพรัตน์ ชัยเรือง (2557) ได้ระบุถึงคุณธรรมและจริยธรรมของนักศึกษาว่า ควรประกอบไปด้วย 6 ด้านด้วยกัน ได้แก่ ด้านระเบียบวินัย ด้านความรับผิดชอบ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความเสียสละ ด้านความอดทน และด้านความมีสัมมาคารวะ ส่วนการศึกษาของ สุกรี บุญเทพ และ หมัดเฟาซี รูบามา (2563) ที่ศึกษาพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรมในนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่า คุณธรรมมีความสำคัญในกระบวนการพัฒนานักศึกษาในสถาบันการศึกษา เพราะคุณธรรมถือเป็นเป้าหมายหรือการสร้างความพร้อมในการทำงานของบัณฑิต ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของชีวิตการทำงานในอนาคตของนักศึกษาในสถาบันการศึกษา ด้านการศึกษาของ วินัย หมื่นรักษ และ นพรัตน์ ชัยเรือง (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมกับนักศึกษาวิทยาลัยการอาชีพพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า คุณธรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาออกไปสู่ตลาดแรงงาน เหตุผลหนึ่งจากการศึกษาคือ ยังพบปัญหาทางด้านคุณธรรมและจริยธรรมของนักศึกษาอยู่หลายประเด็น ทั้งเรื่องการแต่งกาย ความเป็นระเบียบ ความสนใจใคร่รู้ ความรับผิดชอบในการทำงาน เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญตา หนูปล้อง สุดาวรรณ มีบัว และ ลัญจกร นิลกาญจน์ (2561) ที่วิจัยแบบผสมทั้งวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผลวิจัยพบว่า คุณธรรมและจริยธรรมเป็นทักษะที่จำเป็นและมีส่วนสำคัญในการสร้างความพร้อมของบัณฑิตเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานหรือชีวิตการทำงาน ทักษะนี้ถือเป็นทักษะที่สำคัญซึ่งจำเป็นที่สถาบันการศึกษาต้องพัฒนามาตามกรอบการพัฒนาคุณภาพการผลิตบัณฑิตของกรอบมาตรฐานระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ นอกจากนั้น การศึกษาของ ประดิษฐ์ ปะวันนา (2563) ได้ศึกษาเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมกับนักศึกษาปริญญาตรีในสถาบันการศึกษา ในคุณธรรม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีระเบียบ ด้านความรับผิดชอบ ด้าน

ข้อสัต์ย ด้านเสียสละ ด้านความอดทน และด้านความพอเพียง พบว่า คุณธรรมของนักศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและคุณธรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อคุณลักษณะของบัณฑิตที่ดีตามมาตรฐานการศึกษาของประเทศไทย

ดังนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า สถาบันการศึกษาควรมีโปรแกรมพัฒนาคุณธรรมให้กับนักศึกษาเพื่อเป็นการสร้างความพร้อมของนักศึกษาไปสู่ชีวิตการทำงานและตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน

ความฉลาดทางอารมณ์

ความฉลาดทางอารมณ์ คือ ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานของบัณฑิต บัณฑิตจบใหม่ที่มีความพร้อมในการทำงานจะต้องเป็นคนที่มีความสามารถในการจัดการความเครียด มีความตระหนักรู้ในตน และมีความเชื่อมั่นในตนเอง รวมถึงความสามารถในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี (Caballero & Walker, 2010; Caballero, Walker, & Fuller-Tyszkiewicz, 2011) ด้าน ภูมิวรพล ภูมิตา (2563) ให้ความหมายของ ความฉลาดทางอารมณ์ว่าคือ ความสามารถในการรับรู้สัักของตนเองและผู้อื่นเพื่อการสร้างแรงจูงใจในตนเองและบริหารจัดการอารมณ์ในการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมซึ่งประกอบด้วย การตระหนักรู้ในตนเอง การควบคุมตนเอง การจูงใจตนเอง การเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น และทักษะทางสังคม ส่วนงานวิจัยของ ชิสาพัธ์ ชูทอง (2560) ได้ศึกษานักศึกษาปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง พบว่า การจัดการเรียนการสอนหรือกิจกรรมในชั้นเรียนที่พัฒนาให้เกิดการเพิ่มความฉลาดทางอารมณ์ให้กับนักศึกษานั้นมีผลสำคัญต่อการทำงานหรือการอยู่ร่วมกับผู้อื่นให้มีความสุขในอนาคต ซึ่งการทำงานหรือมีชีวิตที่มีความสุขย่อมนำมาซึ่งความสำเร็จทั้งในการทำงานและชีวิตส่วนตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาดา อุดมชัยรัตน์ (2557) ได้ศึกษากับพนักงานราชการ กรมช่างโยธาทหารอากาศ พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของพนักงานและส่งผลต่อประสิทธิผลของการทำงาน of พนักงานด้วย และสอดคล้องกับการศึกษาของ ภูมิวรพล ภูมิตา (2563) ที่ศึกษากับประชากรนักเรียนเดินเรือพาณิชย์นาวี ได้ระบุถึงพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่นว่า ควรทำความเข้าใจ ยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคล มีการให้เกียรติซึ่งกันและกัน เคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น รับรู้ในอารมณ์และความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น สามารถควบคุมอารมณ์ให้ได้อย่างเหมาะสม และในการทำงานควรทำอย่างเต็มศักยภาพ ทำการปรึกษารือกันในกลุ่ม มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือและให้อภัยซึ่งกันและกัน ร่วมกันแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ในลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลดีต่อความสำเร็จในการทำงาน รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ สุวิมล จุลวานิช และ นพณัฏ ฤทธิกุลสิทธิชัย (2556) ที่ศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ในนักศึกษาปริญญาตรีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่สำคัญมากต่อชีวิตที่มีความสุขของนักศึกษา รวมถึงมีผลต่อความพร้อมในการทำงานในอนาคตด้วย นอกจากนี้ ยังพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรญา ทองอุ่น จันจิราภรณ์ ปานยินดี และ จุฑามาส ศรีชมภู (2558) ที่ศึกษาความฉลาดทางอารมณ์

ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ทักษะด้านความฉลาดทางอารมณ์ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตที่มีอัตลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยและเป็นบุคลากรสำคัญที่พร้อมจะเข้าไปมีส่วนในการพัฒนาองค์กร ท้องถิ่น สังคม และประเทศชาติ และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิดา แซ่ตั้ง (2555) ที่ศึกษากับพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการทำงานของพนักงานดังกล่าว รวมถึงการศึกษาของ อนุกุล ทรงกลั่น (2559) ที่ศึกษากับพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเช่นเดียวกัน

ดังนั้น โดยสรุปแล้ว สถาบันการศึกษาควรพัฒนาหลักสูตรที่มีกระบวนการเรียนการสอนที่สร้างความฉลาดทางอารมณ์ให้เกิดขึ้นในตัวนักศึกษาของสถาบัน โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมแนวทางหรือการจูงใจตนเองในการพัฒนาทางด้านความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งการพัฒนาในด้านนี้ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานในอนาคตเช่นกัน

ความฉลาดทางสังคม

ความฉลาดทางสังคมเป็นทักษะทางสังคมซึ่งเป็นวิธีที่บุคคลปรับตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในบริบทการทำงานกับคนอื่น ๆ เช่น ทักษะในการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การให้ความร่วมมือกับผู้อื่น เป็นต้น (Caballero, Walker, & Fuller-Tyszkiewicz, 2011; Sagita, Hami, & Hinduan, 2020) ทักษะทางสังคมจึงถือเป็นส่วนสำคัญที่แสดงถึงความพร้อมในการทำงานของบัณฑิตจบใหม่ (Caballero & Walker, 2010) รัตนา ปฏิสนธิเจริญ (2562) ให้ความหมายของความฉลาดทางสังคมไว้ว่า หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจพฤติกรรม อารมณ์ ความคิดและความรู้สึกของผู้อื่น ปฏิบัติตนต่อผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม เป็นผลของการคิดในการใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนเองมาทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารของบุคคล ส่งผลให้เข้ากับผู้อื่นได้ดีและทำให้คนอื่นให้ความร่วมมือ โดยการเป็นคนที่มีความรู้สึกรับรู้ความต้องการและประโยชน์ของผู้อื่น และเห็นอกเห็นใจผู้อื่นอยู่เสมอ ตลอดจนเข้าสังคมได้ดี ทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำงานข้ามสายงานได้ ในการศึกษาของ นุจรี อร่ามรัตน์พันธุ์ (2561) ที่วิจัยในด้านทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นของนักบัญชี ผลวิจัยพบว่า ความฉลาดทางสังคมเป็นทักษะที่จำเป็นของพนักงาน ซึ่งทักษะนี้มีผลต่อความสำเร็จในการทำงานและความสำเร็จขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญตา หนูปล้อง สุดาวรรณ มีบัว และ ลัญจกร นิลกาญจน์ (2561) ที่วิจัยแบบผสมทั้งวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ความฉลาดทางสังคมเป็นทักษะที่จำเป็นและมีส่วนสำคัญในการสร้างความพร้อมของบัณฑิตเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานหรือชีวิตการทำงาน

โดยสรุป ผู้วิจัยพบว่า ความฉลาดทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ผู้บริหารสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญและ

ดำเนินการพัฒนาความฉลาดทางสังคมให้เกิดขึ้นกับนักศึกษา ก่อนจบการศึกษา เพื่อให้พร้อมในการทำงานและ
เป็นไปตามกรอบการพัฒนาคุณภาพการผลิตบัณฑิตของกรอบมาตรฐานระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

ผลการวิจัย

หลังจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมในการทำงาน ผู้วิจัยได้สกัด
รายละเอียดของแต่ละแหล่งวรรณกรรมออกมาเป็นตารางสรุปดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงาน

ผู้วิจัย (ปีที่ตีพิมพ์)	วิธีการวิจัย	ผลวิจัย
พิพากร เลขภัทร์ (2561)	งานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ พนักงานบริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า แห่งหนึ่ง ขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 444 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสถิติเชิง พรรณนาและการวิเคราะห์เส้นทาง	ผลวิจัยพบว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพ เชิงรุกย่อมส่งผลต่อความพร้อม ทางด้านจิตใจในการทำงานกับ องค์กร อดทนต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้น จากการทำงานในองค์กร
เนตร์ศิริ เรืองอริยภักดิ์ ชลธร จันทะโสตร์ และ กฤษณ์ วิทวัสสำราญกุล (2562)	งานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ บัณฑิตใหม่สาขาธุรกิจการบิน ขนาด ตัวอย่าง เท่ากับ 235 คน ใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย เก็บ แบบสอบถามด้วยวิธีสุ่มแบบเจาะจง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติเชิง พรรณนาและวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	ผลวิจัยได้พบว่า ปัจจัยบุคลิกภาพ ในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ บุคลิกภาพ แบบเปิดเผย แบบเปิดรับ ประสบการณ์ แบบเห็นพ้อง และ แบบจิตสำนึก ส่งผลต่อการปรับตัว ในการทำงานของบัณฑิตใหม่ ดังกล่าว
พรรณราย อักษรถึง (2560)	งานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ข้าราชการที่ปฏิบัติงานด้านนโยบายและ แผน ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 534 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม แล้ว วิเคราะห์สถิติด้วยเทคนิคความสัมพันธ์ เชิงโครงสร้างเชิงเส้นพหุระดับ	ผลวิจัยสรุปว่า พฤติกรรมการ ทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกอย่าง มีนัยสำคัญต่อผลการปฏิบัติงาน จากผลวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า บุคลิกภาพเชิงรุกในการทำงานมีผล อย่างชัดเจนต่อผลการปฏิบัติงาน

มณีโชติรส เกิดปัญญา และ สานนท์ ฉิมมณี (2562)	งานวิจัยเชิงคุณภาพที่ดำเนินการวิจัยกับผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่ภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จำนวน 12 คน เกี่ยวกับทักษะทางด้านเทคโนโลยีของนักศึกษา	ผลวิจัยพบว่า บางทักษะในด้านเทคโนโลยีของนักศึกษายังคงต้องพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานในปัจจุบัน ผลสรุปจากการศึกษานี้ชี้ว่า ทักษะทางเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญต่อความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาในอนาคต
อัญญปารย์ ศิลปนิล มาณย์ ธวัช อารีราษฎร์ สายชล จินใจ และ เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร (2558)	ทำการศึกษาด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกี่ยวกับทักษะทางด้านเทคโนโลยีของนักศึกษาในกลุ่มสถาบันนี้	ผลวิจัยพบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างมากต่อการเข้าสู่ตลาดแรงงานของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ผู้บริหารสถาบันการศึกษาควรพัฒนาทักษะด้านนี้เพื่อให้เกิดความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาในอนาคต
สุกรี บุญเทพ และ หมดเฟาซี รุบามา (2563)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรมในนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จำนวน 197 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา t-test และ F-test	ผลวิจัยพบว่า คุณธรรมมีความสำคัญในกระบวนการพัฒนานักศึกษา เพราะคุณธรรมถือเป็นเป้าหมายหรือการสร้างความพร้อมในการทำงานของบัณฑิต ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของชีวิตการทำงานในอนาคตของนักศึกษาในสถาบันการศึกษา
วินัย หมั่นรักษ์ และ นพรัตน์ ชัยเรือง (2557)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมกับนักศึกษาวิตถาลัยการอาชีพพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 175 คน โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาและ one-way ANOVA	ผลวิจัยพบว่า คุณธรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาออกไปสู่ตลาดแรงงาน เนื่องจากในปัจจุบันยังพบปัญหาทางด้านคุณธรรมและจริยธรรมของนักศึกษาอยู่หลายประเด็น ทั้งความ

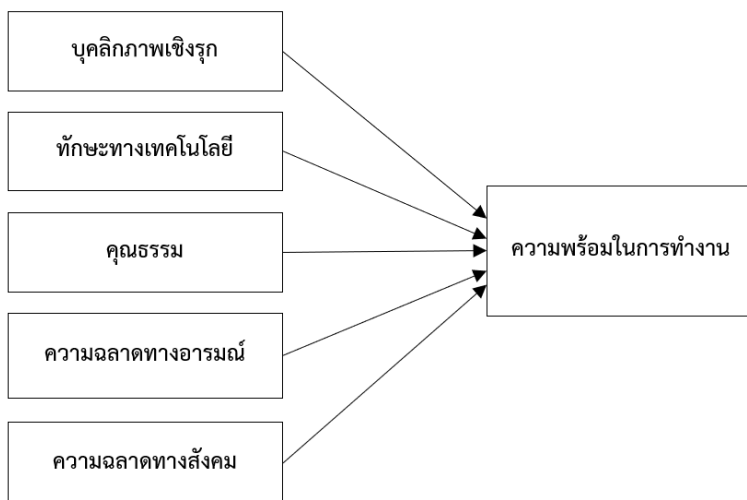
		เป็นระเบียบ ความสนใจใคร่รู้ ความรับผิดชอบในการทำงาน เป็นต้น
ประดิษฐ์ ปะวันนา (2563)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมกับนักศึกษาปริญญาตรีในสถาบันการพลศึกษาจำนวน 375 คน ในคุณธรรม 6 ด้านด้วยกัน ได้แก่ ด้านความมีระเบียบ ด้านความรับผิดชอบ ด้านซื่อสัตย์ ด้านเสียสละ ด้านความอดทน และด้านความพอเพียง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา t-test และ one-way ANOVA	ผลวิจัยพบว่า คุณธรรมของนักศึกษาดังกล่าวอยู่ในระดับมาก และระบุว่า คุณธรรมจริยธรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อคุณลักษณะของบัณฑิตที่ดีตามมาตราฐานการศึกษาของประเทศไทย
ชีสาพัชร ชูทอง (2560)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษากับนักศึกษาปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จำนวน 220 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์สหสัมพันธ์	ผลวิจัยพบว่า การจัดการเรียนการสอนหรือกิจกรรมในชั้นเรียนที่พัฒนาให้เกิดการเพิ่มความฉลาดทางอารมณ์ให้กับนักเรียนนั้นมีผลสำคัญต่อการทำงานหรือการอยู่ร่วมกับผู้อื่นให้มีความสุขในอนาคต ซึ่งการทำงานหรือมีชีวิตที่มีความสุขย่อมนำมาซึ่งความสำเร็จทั้งในการทำงานและชีวิตส่วนตัว
นภาดา อุดมชัยรัตน์ (2557)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษากับพนักงานราชการ กรมช่างโยธาทหารอากาศ จำนวน 421 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	ผลวิจัยพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของพนักงานราชการและส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงาน

ภูมิวรพล กุณทา (2563)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรนักเรียนเดินเรือพาณิชย์นาวีจำนวน 875 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ	ผลการศึกษาได้ระบุถึงการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่นว่า ควรทำความเข้าใจ ยอมรับในความแตกต่างและมีการให้เกียรติซึ่งกันและกัน เคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น รับรู้ในอารมณ์และความรู้สึกของตนเอง และผู้อื่น สามารถควบคุมอารมณ์ให้ได้เหมาะสม เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ช่วยเหลือและให้อภัยซึ่งกันและกัน ร่วมกันแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ในลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลดีต่อความสำเร็จในการทำงาน
สุวิมล จุลวานิช และ นพมณี ฤทธิกุลสิทธิชัย (2556)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ในนักศึกษาปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 260 คน ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา t-test และ F-test	ผลการศึกษาพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่สำคัญต่อชีวิตที่มีความสุขของนักศึกษา รวมถึงมีผลต่อความพร้อมในการทำงานในอนาคตด้วย
วรญา ทองอุ่น จันจิราภรณ์ ปานยินดี และ จุฑามาส ศรีชมภู (2558)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำนวน 353 คน เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบด้วยสถิติ t-test และ one-way ANOVA	ผลการศึกษาพบว่า ทักษะด้านความฉลาดทางอารมณ์ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตที่มีอัตลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยและเป็นบุคลากรสำคัญที่พร้อมจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร ท้องถิ่น สังคม และประเทศชาติ

นิตา แซ่ตั้ง (2555)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษากับพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยในการรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ	ผลวิจัยพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการทำงานของพนักงาน
อนุกุล ทรงกลืน (2559)	งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษากับพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยในการเก็บข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมมาได้ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ	ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร
นุจรี อร่ามรัตนพันธุ์ (2561)	ได้ดำเนินการวิจัยในด้านทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นของนักบัญชี ประชากรคือ บุคลากรในหน่วยงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 ภาคกลาง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 21 คน	ผลวิจัยพบว่า ความฉลาดทางสังคมเป็นทักษะที่จำเป็นของพนักงานที่มีผลต่อความสำเร็จในการทำงานและความสำเร็จขององค์กร
ขวัญตา หนูปลั่ง สุดาวรรณ มีบัว และลัญจกร นิลกาญจน์ (2561)	งานวิจัยแบบผสมทั้งวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม	ผลวิจัยพบว่า คุณธรรมและความฉลาดทางสังคมเป็นทักษะที่จำเป็นและมีส่วนสำคัญในการสร้างความพร้อมของบัณฑิตเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานหรือชีวิตการทำงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นของผู้วิจัย ทำให้ได้กรอบแนวคิดจากการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดจากการวิจัย

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้พบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมในการทำงาน ซึ่งมีเป้าหมายที่จะหาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องหลายงาน พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการทำงาน ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก ได้แก่ บุคลิกภาพเชิงรุก คุณธรรม ทักษะทางเทคโนโลยี ความฉลาดทางอารมณ์ และความฉลาดทางสังคม งานวิจัยหลายงานได้ชี้ชัดว่า ปัจจัยทั้ง 5 ปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญต่อความพร้อมในการทำงานหรือมีผลต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การทำงานที่มีความสำเร็จในที่สุด ดังนั้นจากผลของการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ผู้บริหารสถานศึกษาโดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาไม่ว่าจะเป็นวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัยในประเทศไทย ควรมุ่งเน้นการพัฒนา ส่งเสริม และเพิ่มเติมทักษะสำคัญ ซึ่งก็คือ ปัจจัยทั้ง 5 ด้านจากผลการวิจัยครั้งนี้ การมุ่งเน้นในการพัฒนาทักษะเหล่านี้จะเกิดเป็นทักษะในตัวของนักศึกษาของสถาบัน ย่อมส่งผลดีโดยตรงต่อความพร้อมในการทำงานและตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานได้อย่างตรงจุด นอกจากนั้น ยังส่งผลทางอ้อมไปสู่ความสามารถของนักศึกษาที่จะสามารถทำงานในองค์กรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ สุดท้ายย่อมนำไปสู่ความสำเร็จในชีวิตของบัณฑิตที่จบไปทำงานจากสถาบันการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับทักษะสำคัญเหล่านั้นนั่นเอง

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญตา หนูปลั่ง สุदारรณ์ มีบัว และ ลัญจกร นิลกาญจน์. (2561). การศึกษาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาการจัดการวัฒนธรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. *วารสารนาครบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 10, 190-200.
- ชิสาพัชร ชูทอง (2560). การศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในรายวิชาวิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 4000112 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4, 438-446.
- นภาดา อุดมชัยรัตน์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานราชการ. *วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะแพทยศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- นิตา แซ่ตั้ง. (2555). ความฉลาดทางอารมณ์และความฉลาดในการเผชิญอุปสรรคที่มีผลต่อการทำงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร. *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- นุจรี อร่ามรัตน์พันธุ์. (2561). ทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีองค์กรรัฐวิสาหกิจในศตวรรษที่ 21: การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคกลาง). *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.
- เนตรศิริ เรืองอริยภักดี ชลธร จันทะโสตะ และ กฤษณ์ วิทวัสสำราญกุล. (2562). บุคลิกภาพของบัณฑิตใหม่สาขาธุรกิจการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ที่มีผลต่อการปรับตัวเพื่อการทำงานในอุตสาหกรรมการบิน. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 16 (2), 97-125.
- ประดิษฐ์ ปะวันนา. (2563). การศึกษาคุณธรรมจริยธรรมของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 9 (1), 149-162.
- พรรณราย อักษรถึง. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับและผลของพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติงานด้านนโยบายและแผน. *ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- พิพากร เลขภัสร์. (2561). การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของลักษณะบุคลิกภาพเชิงรุก และการรับรู้บรรยากาศองค์การ ที่มีต่อความตั้งใจคงอยู่ในงาน โดยมีความผูกพันต่อองค์การเป็นตัวแปรสื่อของพนักงานบริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า. *ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ภูมิวรพล กุณฑา (2563). ความฉลาดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของนักเรียนเดินเรือพาณิชย์ ศูนย์ฝึกพาณิชย์นาวี. *ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร*.

- มณีโชติรส เกิดปัญญา และ สานนท์ ฉิมมณี. (2562). แนวทางการพัฒนานักศึกษาตามกรอบมาตรฐาน
สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. *วารสารราช
ภัฏกรุงเก่า*, 6 (1), 73-80.
- รัตนา ปฏิสนธิเจริญ. (2562). การเสริมสร้างทักษะการทำงานแห่งอนาคตสำหรับนิสิตนักศึกษาของ
สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ. การศึกษาคุขบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรญา ทองอุ่น จันจิราภรณ์ ปานยินดี และ จุฑามาส ศรีชมภู. (2558). การศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ของ
นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. การประชุมวิชาการระดับชาติ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ครั้งที่ 7, นครปฐม.
- วินัย หมั่นรักษ์ และ นพรัตน์ ชัยเรือง. (2557). คุณธรรม จริยธรรมของนักศึกษาวิทยาลัยการอาชีพพรหมคีรี
สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์*, 9 (2), 53-61.
- สุกรี บุญเทพ และ หมัดเฟาซี รูบามา. (2563). พฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรมของนักศึกษา คณะ
รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ประจำปีการศึกษา 2563. การประชุมหาดใหญ่วิชาการ
ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12, สงขลา.
- สุวิมล จุลวานิช และ นพมณี ฤทธิกุลสิทธิชัย. (2556). การศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ในนักศึกษาปริญญา
ตรีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. รายงานการวิจัย, คณะศิลป
ศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- อนุกุล ทรงกลั่น. (2559). ความฉลาดทางอารมณ์ การรับรู้ความสามารถของตนเองและภาวะผู้ตามที่มีความ
กล้าหาญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการในอุตสาหกรรม
ชิ้นส่วนยานยนต์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี.
- อัญญปารย์ ศิลปนิลมาลย์ ธวัช อารีราษฎร์ สายชล จินใจ และ เฟด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2558).
การศึกษาทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ
กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและ
นวัตกรรม ครั้งที่ 1, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- Abuhussain, et al. (2021). Work readiness scale for pharmacy interns and graduates: A cross-
sectional study. *Saudi Pharmaceutical Journal*, 29, 976-980.
- Caballero, C. L. & Walker, A. (2010). Work readiness in graduate recruitment and selection: A
review of current assessment methods. *Journal of Teaching and Learning for
Graduate Employability*, 1 (1), 13-25.

- Cabrera, W. C. (2020). Development and validation of work readiness assessment scale for home economics graduates. *International Journal of Economics Development Research*, 1 (2), 70-109.
- Fenech, R., Baguant, P., & Abdelwahed, I. (2020). Work readiness across various specifications. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9 (4), 86-92.
- Sagita, M. P., Hami, A. E., & Hinduan, Z. R. (2020). Development of Indonesian work readiness scale on fresh graduate in Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 19 (3), 296-313.



Journal of Academic Management Science

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Vol.3 No.1

January – June 2021

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

Key Factors Influencing the Online Purchase Decision

ปราณีต ใจหนัก¹ และ อำพล ชะโยมชัย^{2*}

Praneet Jainak and Ampol Chayomchai

^{1,2} คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

*Corresponding author E-mail: ampol.cha@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน เนื่องด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและได้เข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก แทบทุกคนบนโลกนี้จำเป็นที่จะต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและระบบการสื่อสารออนไลน์ไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง ระบบอินเทอร์เน็ตกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องส่วนตัว การติดต่อสื่อสาร การทำธุรกิจ และความบันเทิง งานวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายในการสรุปปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ของผู้บริโภค โดยจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทางระบบออนไลน์ พบว่า ปัจจัยสำคัญดังกล่าวประกอบด้วย ความไว้วางใจ ทัศนคติ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมทางการตลาด ประโยชน์จากงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจสามารถใช้ผลวิจัยไปวางแผนกลยุทธ์ การดำเนินการทางการตลาด การพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ รวมถึงเป็นประโยชน์ในทางวิชาการที่นักวิจัยท่านอื่นจะสามารถนำตัวแบบจากผลวิจัยครั้งนี้ไปทำวิจัยต่อยอดในอนาคต

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อทางออนไลน์, ปัจจัยสำคัญ, การทบทวนวรรณกรรม

ABSTRACT

This study examined the literature and research involved in the factors affecting consumers' online shopping decisions today. Due to the rapidly changing technology and it has played a role in the daily life of people around the world. Everyone in the world is dependent on technology and online communication in one way or another. The Internet has become a necessity for personal life, communication, business, and entertainment. This research aims to summarize the key factors influencing consumers' online purchasing

decisions. From the review of literature and research related to online consumer purchasing decisions, it was found that the key factors included trust, attitude, technology acceptance, and marketing mix. The benefit of this research is that business executives can use the research results to be used for strategic planning, marketing operations, developing customer relationships for repeat purchases, as well as providing academic benefits to other researchers that can bring the model from this research to further research in the future.

Keyword: Online Purchase Decision, Key Factors, Literature Review

บทนำ

การแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนและใช้มัลติแพลตฟอร์มเพื่อเอาชนะในเกมธุรกิจมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจทุกประเภทต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน โดยเฉพาะปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทสำคัญต่อการแข่งขันทางธุรกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตของทุกคนบนโลกอันเกิดจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมในการเข้าสู่สังคมสูงอายุในหลายประเทศ เป็นต้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องค้นหาแนวทางหรือกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างส่วนแบ่งทางการตลาด เพิ่มลูกค้า เพิ่มยอดขาย และได้กำไรมากขึ้น ซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์ที่ธุรกิจในปัจจุบันเลือกใช้ คือ การทำธุรกิจออนไลน์ (Online business or e-commerce) ส่งผลให้การทำการค้าทางออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกแพลตฟอร์ม (Platform) ไม่ว่าจะเป็นการขายสินค้าใน marketplace การทำธุรกิจผ่านช่องทาง facebook live การทำ LINE business การใช้ Instagram หรือ Tiktok ในปัจจุบัน เหตุผลสำคัญ คือ การเติบโตและการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ ทางเทคโนโลยี ทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคทั่วโลกมีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน (จิระพงษ์ วรรณสุทธิ, 2560; จุฑารัตน์ เกียรติศิริคมี, 2558; ชิณณพงศ์ สุกงา, 2560; บุญสม รัศมีโชติ, 2561; ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู, 2559; สามารถ สิทธิมณี, 2563) การใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วโลกในปัจจุบันเป็นเรื่องปกติในคนทั่วโลก การซื้อขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือธุรกิจออนไลน์เป็นระบบการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านตัวกลางอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกันเป็นหนึ่งเดียวทั่วโลก สิ่งที่เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น คือ ค่าใช้จ่ายในการทำเว็บไซต์หรือช่องทางออนไลน์นั้นมีต้นทุนที่ต่ำ บางเว็บไซต์อาจไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใดหรือสามารถปรับเปลี่ยนได้หลากหลายรูปแบบตามต้องการ รวมถึงความสะดวกสบายและรวดเร็วในการใช้งาน นอกจากนี้ ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินทางออนไลน์ในปัจจุบันก็มีความปลอดภัยสูงขึ้นมา (จุฑารัตน์ เกียรติศิริคมี, 2558; บุญสม รัศมีโชติ, 2561; สามารถ สิทธิมณี, 2563) สิ่งที่ธุรกิจการค้าออนไลน์ได้ประโยชน์อย่างชัดเจน คือ การที่ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น กว้างขึ้น และรวดเร็วขึ้น โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ซึ่งธุรกิจการค้า

ออนไลน์นี้ได้รับความสนใจจากผู้ขายสินค้าในประเทศไทยมากขึ้นอย่างชัดเจนในช่วงที่ผ่านมา (จิระพงษ์ วรรณสุทธิ, 2560; ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู, 2559; สามารถ สิทธิธิน, 2563) ผู้บริโภคสินค้าออนไลน์มีกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งหมายถึง การประเมินและเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของผลิตภัณฑ์โดยใช้เหตุผลและอารมณ์ความรู้สึกในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในฐานะผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด (จิระพงษ์ วรรณสุทธิ, 2560; ชิชณ พงศ์ สุกก่า, 2560) พฤติกรรมของผู้บริโภคออนไลน์นั้นเป็นการแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าผ่านกระบวนการซื้อในรูปแบบออนไลน์ (จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี, 2558; ชิชณ พงศ์ สุกก่า, 2560) การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดหวังให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจออนไลน์ในการทำความเข้าใจปัจจัยสำคัญดังกล่าว เพื่อนำไปสู่การวางแผนทางกลยุทธ์และดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่ถูกต้องและเหมาะสมกับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาและสรุปกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อส่วนบุคคลที่คาดหวังจากบุคคลอื่นหรือร้านค้า ซึ่งเกิดจากการกระตุ้นได้หลายอย่างทั้งที่ส่งอิทธิพลภายใน เช่น ความเชื่อมั่น ความปลอดภัย เป็นต้น (มัสลิน ใจคุณ, 2561) การทำธุรกิจบนโลกออนไลน์ในปัจจุบันนี้ ปัจจัยสำคัญมากเรื่องหนึ่งคือ ความไว้วางใจจากผู้บริโภค หากผู้บริโภคไว้วางใจสินค้าหรือธุรกิจแล้ว ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจนั้น รวมถึงการร่วมแสดงความคิดเห็น แนะนำ หรือติชม ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อธุรกิจออนไลน์อย่างมาก (ปารมี รอดกลิ่น, 2561) ความไว้วางใจเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธุรกิจและลูกค้า ทำให้ธุรกิจสามารถสำเร็จตามเป้าหมายทางธุรกิจได้ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าในระยะยาว (กฤตินา จันทรรพร, 2559) ความไว้วางใจนั้นมีส่วนสำคัญอย่างมากในธุรกิจออนไลน์ ซึ่งความไว้วางใจนี้จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกปลอดภัยของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคไม่สามารถเห็นผลิตภัณฑ์ได้ตรงหน้า การตัดสินใจจึงต้องอาศัยความไว้วางใจอย่างมาก (Uzun & Poturak, 2014) จากการศึกษาของ มัสลิน ใจคุณ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ไลฟ์ ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z ด้านการศึกษาของ ปารมี รอดกลิ่น (2561) ที่ศึกษา

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในประเทศไทย สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤติณา จันทรหรร (2559) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นที่ซื้อผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรมของผู้บริโภคระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบชัดเจนว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นที่ซื้อผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรมในผู้บริโภคที่เป็นนักเรียนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่วนการศึกษาของ Athapaththu and Kulathunga (2018) ที่ศึกษาเรื่อง Factors affecting online purchase intention: Effects of technology and social commerce ประชากรของการศึกษา คือ ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่เป็นนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในประเทศศรีลังกา ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่เป็นนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในประเทศศรีลังกา สอดคล้องกับการศึกษาของ Deng, Su, Zhang, and Tan (2021) ที่ศึกษาเรื่อง Factors affecting consumers' online choice intention: A study based on Bayesian network ประชากร คือ ผู้บริโภคทั้งที่ซื้อสินค้าออนไลน์และซื้อสินค้าแบบปกติในประเทศจีน เครื่องมือวิจัยใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศจีน ด้านการศึกษาของ Hoang (2020) ที่ศึกษาเรื่อง Factors affecting online purchase intention: The case of e-commerce on LAZADA ประชากรของงานวิจัย คือ ผู้บริโภคทั้งที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางลาซาด้าในเมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางลาซาด้า

ทศนคติ

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติของผู้บริโภคที่เกิดจากการรับรู้และจดจำในสิ่งที่เกิดขึ้น (นภัสสร แยมอุทัย, 2558) ทัศนคติหมายถึง ความรู้สึก ความคิด หรือความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบของบุคคล หากเป็นด้านธุรกิจ ทัศนคตินี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการ (ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู, 2559; มัสลิน ใจคุณ, 2561) ในด้านหนึ่ง ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะพอใจหรือไม่พอใจซึ่งเกิดจากการรับรู้และเรียนรู้ผ่านข้อมูลหรือประสบการณ์ของบุคคลนั้น (นภัสสร แยมอุทัย, 2558) ดังนั้น ทัศนคติของผู้บริโภคจะเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลทำให้ธุรกิจได้ทราบถึงความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อธุรกิจนั่นเอง (กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน, 2561) การศึกษาของ นภัสสร แยมอุทัย (2558) อธิบายว่า ทัศนคติเกิดจากสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับรู้และเรียนรู้จากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดทัศนคติ ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประสบการณ์

อิทธิพลจากบุคคลภายนอก เครื่องมือทางการตลาด การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และอิทธิพลทางสังคม การศึกษาของ บุญสม รัศมีโชติ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การซื้อสินค้าผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เว็บไซต์ Lazada ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ประชากร คือ ผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เว็บไซต์ Lazada ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ มัสลิน ใจคุณ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z ด้านการศึกษาของ Uzun and Poturak (2014) ที่ศึกษาเรื่อง Factors affecting online shopping behavior of consumers ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติด้านความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติศักดิ์ อังคะนาวัน (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ในเขตจังหวัดชลบุรี ประชากรของงานวิจัย คือ ผู้ที่เคยซื้อบริการธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ในเขตจังหวัด ชลบุรีทั้งก่อนและหลังการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคดังกล่าว

การยอมรับเทคโนโลยี

เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้าอย่างมากและยังมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของคนทั่วโลกในทุกด้าน รวมถึงด้านการซื้อสินค้าออนไลน์ การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าออนไลน์ได้นั้น จำเป็นที่จะต้องเริ่มต้นจากการยอมรับในเทคโนโลยีนั้น ๆ เสียก่อน เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ในระบบหรือเทคโนโลยีเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ดังกล่าว ซึ่งในความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีนั้น หมายถึง การยอมรับใช้งานและเรียนรู้สิ่งใหม่ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่บุคคลนั้นและเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านทัศนคติ พฤติกรรม และการใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าว (จิระพงษ์ วรรณสุทธิ, 2560; มัสลิน ใจคุณ, 2561) การศึกษาของ จุฑารัตน์ เกียรติรัชต์มี (2558) อธิบายถึงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีว่า บุคคลจะยอมรับรับเทคโนโลยีได้นั้น จะเกิดขึ้นจากการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคล ซึ่งจะเกิดความแตกต่างกันในการรับรู้ของแต่ละคน ปัจจัยดังกล่าว คือ ความรู้ ความเชื่อ ประสบการณ์ และพฤติกรรมทางสังคม ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใน 4 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ ขั้นการรับรู้ว่าสิ่งนั้นมีประโยชน์ ขั้นการรับรู้การใช้งานที่ง่าย ขั้นพฤติกรรมของผู้ใช้งาน และขั้นสุดท้าย คือ การใช้งานเทคโนโลยีนั้น การศึกษาของ จิระพงษ์ วรรณสุทธิ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook live ประชากร คือ ผู้ที่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านการศึกษาของ จุฑารัตน์ เกียรติ

รัศมี (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประชากรในงานวิจัย คือ กลุ่มคนที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของ สามารถ สิทธิธนิ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online: กรณีศึกษาจังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online ในจังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online จังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับการศึกษาของ มัสลิน ใจคุณ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊ก ไลน์ ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊ก ไลน์ ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z

ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนธุรกิจทั้งธุรกิจผลิตสินค้าและธุรกิจบริการ โดยทั่วไปในแนวคิดนี้ ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าจะประกอบองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด (จุฑารัตน์ เกียรติรัศมี, 2558; ชีญพงศ์ สุกกา, 2560; ปัญญาพัฒน์ เตชะศิริเชษฐ์, 2563) แต่หากเป็นธุรกิจบริการ ส่วนประสมทางการตลาดจะเพิ่มองค์ประกอบอีก 3 ด้าน รวมเป็นทั้งหมด 7 ด้านในส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด บุคคลหรือพนักงาน กระบวนการ และสิ่งที่เป็นด้านกายภาพ (ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู, 2559) ในการศึกษาด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์นี้ ผู้วิจัยพบว่า นักวิชาการทำการศึกษาทั้งส่วนประสมทางการตลาดสินค้าแบบ 4 องค์ประกอบ และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี 7 องค์ประกอบ อย่างไรก็ตาม การเข้าใจส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคนั้น ส่งผลดีต่อความสำเร็จทางธุรกิจที่ทำการตลาดออนไลน์อย่างชัดเจน โดยการศึกษาของ ปัญญาพัฒน์ เตชะศิริเชษฐ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ ตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของคนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร ประชากร คือ กลุ่มผู้ซื้อสินค้าออนไลน์วัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 411 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนการศึกษา

ของ ชิณพงศ์ สุกก่า (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ประชากร คือ ผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ ใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อสื่อที่ใช้ซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การศึกษาของ จุฑารัตน์ เกียรติรัมย์ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญ ด้านการศึกษาของ ปิยะมากรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ประชากรของงานวิจัย คือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านคุณภาพของสินค้า ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านร้านค้า และข้อมูลร้านค้า ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร ทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ สามารถ สิทธิธนิ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online: กรณีศึกษาจังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร โดยผลวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทาง Online จังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

หลังการทบทวนเอกสารทางวิชาการ วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคแล้ว ผู้วิจัยได้สรุปรายละเอียดของแต่ละงานวรรณกรรมที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อออนไลน์

ผู้วิจัย (ปีตีพิมพ์)	การดำเนินการวิจัย	ผลการวิจัย
มัสลิน ใจคุณ (2561)	เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้บริโภคออนไลน์ อายุตั้งแต่ 18-52 ปี	ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่าน

	เครื่องมือวิจัยในการศึกษานี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 424 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เส้นทาง	ช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z
ปารมี รอดกลิ่น (2561)	ประชากรของการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้ากลุ่มนี้ผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง ได้ขนาดตัวอย่าง 384 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอย	ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในประเทศไทย
กฤตินา จันทรร (2559)	ประชากร คือ ผู้บริโภคระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าก็ฟซื้อผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรม เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุ	ผลการศึกษาพบชัดเจนว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าก็ฟซื้อผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรมในผู้บริโภคที่เป็นนักเรียนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
บุญสม รัตมีโชติ (2561)	ประชากร คือ ผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครที่ซื้อสินค้าซ้ำผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เว็บไซต์ Lazada เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน	ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญ

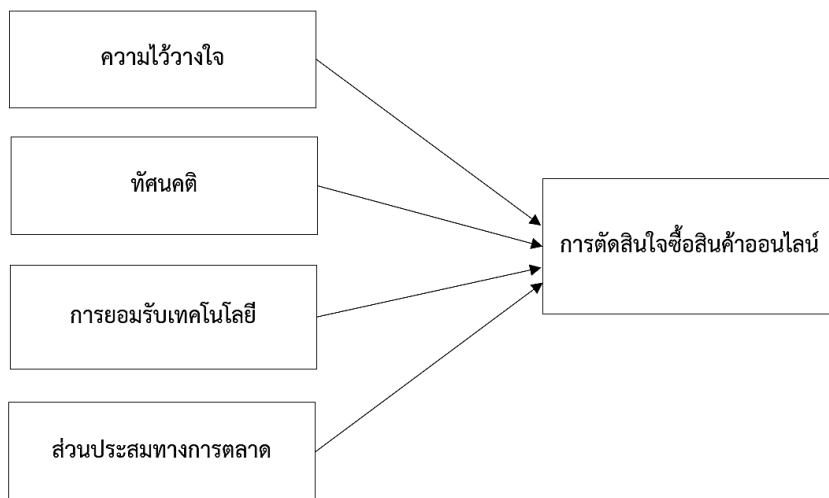
กิตติศักดิ์ อังคะ นาวัน (2561)	ประชากรของงานวิจัย คือ ผู้ที่เคยซื้อ บริการธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่าน ออนไลน์ ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุ ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เครื่องมือวิจัยใช้ แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง ได้ ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 250 คน การ วิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติ เชิงพรรณนาและวิเคราะห์ความ แปรปรวน	ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อ ธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่าน ออนไลน์ ในเขตจังหวัด ชลบุรีทั้งก่อน และหลังการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังกล่าว
จิระพงษ์ วรรณสุทธิ (2560)	ประชากร คือ ผู้ที่มีประสบการณ์การซื้อ สินค้าผ่านเพชบุ๊กไลฟ์ เครื่องมือวิจัยใช้ แบบสอบถามเก็บข้อมูล ได้ขนาด ตัวอย่างเท่ากับ 415 คน การวิเคราะห์ ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิง พรรณนาและการวิเคราะห์สมการ ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย	ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับ นวัตกรรมเทคโนโลยี มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน เพชบุ๊กไลฟ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
จุฑารัตน์ เกียรติศิริศรี (2558)	ประชากร คือ กลุ่มคนที่เคยซื้อสินค้า ผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ที่อยู่ใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามกับ ตัวอย่างที่กำหนด ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 405 คน การวิเคราะห์ทางสถิติ ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับ เทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ
สามารถ สิทธิธิมณี (2563)	ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่าน ทางช่องทาง Online ในจังหวัดน่านและ กรุงเทพมหานคร เครื่องมือวิจัยใช้ แบบสอบถามเก็บข้อมูล ได้ขนาด ตัวอย่างเท่ากับ 400 คน การวิเคราะห์ ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิง	ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับ เทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าผ่านช่องทาง Online จังหวัด น่านและกรุงเทพมหานคร

	พรรณนาและการวิเคราะห์ความแปรปรวน	
ปัญญพัฒน์ เตชะศิริเชษฐ์ (2563)	ประชากร คือ กลุ่มผู้ซื้อสินค้าออนไลน์วัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 411 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์
ชิษณุพงศ์ สุกก่า (2560)	ประชากร คือ ผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ ใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อสื่อที่ใช้ซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์
ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559)	ประชากรของงานวิจัย คือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านคุณภาพของสินค้า ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านร้านค้า และข้อมูลร้านค้า ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร ทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์
Uzun and Poturak (2014)	ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลออนไลน์ได้ขนาดตัวอย่าง 104 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การ	ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติด้านความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างชัดเจน

	วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุ	
Athapaththu and Kulathunga (2018)	ประชากรของการศึกษา คือ ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่เป็นนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในประเทศศรีลังกา เครื่องมือวิจัยที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 292 คน งานวิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง	ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่เป็นนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในประเทศศรีลังกา
Hoang (2020)	ประชากรของงานวิจัย คือ ผู้บริโภคทั้งที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางลาซาด้าในเมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุ	ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางลาซาด้า
Deng, Su, Zhang, and Tan (2021)	ประชากร คือ ผู้บริโภคทั้งที่ซื้อสินค้าออนไลน์และซื้อสินค้าแบบปกติในประเทศจีน เครื่องมือวิจัยใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ได้ขนาดตัวอย่าง 561 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง	ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศจีน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้นของผู้วิจัย ทำให้ได้กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

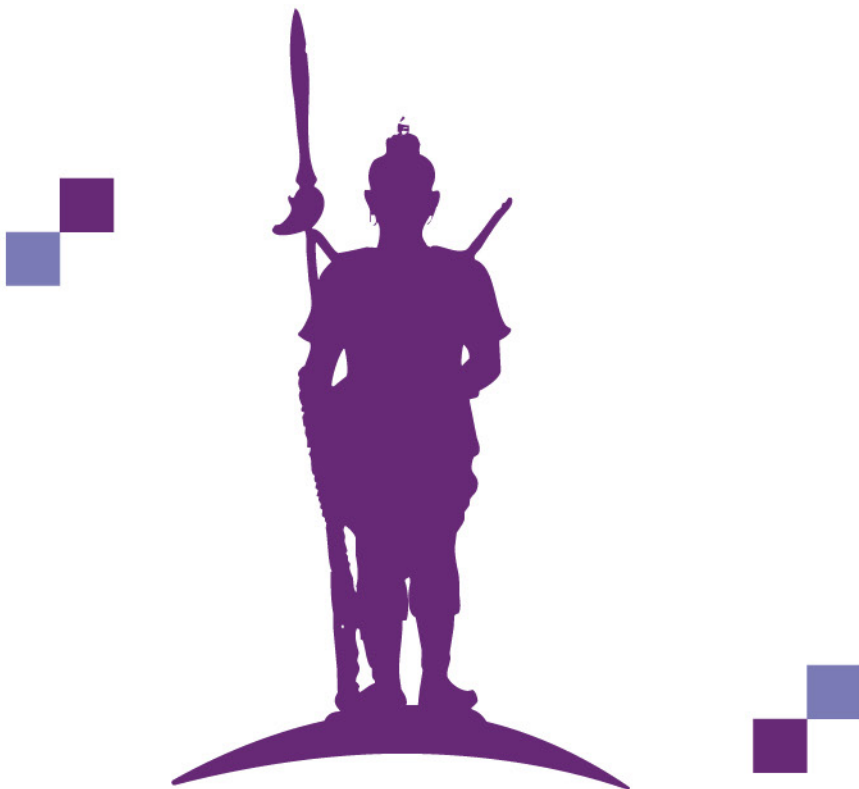
อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในรูปแบบทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจดังกล่าว โดยการทบทวนเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจนั้น ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ ความไว้วางใจ ทศนคติ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น Shopee, LAZADA, facebook, LINE business, Instagram, TikTok หรือ marketplace หากผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ได้ทำความเข้าใจในปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัยเหล่านี้ และทำปัจจัยเหล่านี้ไปใช้ในกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ แผนการตลาด รวมถึงการออกแบบกิจกรรมทางการตลาดให้กับธุรกิจของตนแล้ว ผู้วิจัยเชื่อว่า ธุรกิจจะมีผลประกอบการดีขึ้น ทั้งในส่วนของส่วนแบ่งทางการตลาด การเข้าถึงของผู้บริโภคทางออนไลน์ การสนับสนุนจากผู้บริโภคออนไลน์ ยอดขายที่เพิ่มขึ้น และกำไรที่มากขึ้นด้วย สำหรับการศึกษาในอนาคต ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ควรศึกษาปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัยในกรอบแนวคิดจากงานวิจัยครั้งนี้แยกเป็นรายแพลตฟอร์มของระบบการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น การศึกษาปัจจัยความไว้วางใจและทศนคติของผู้บริโภคผ่านช่องทาง TikTok เป็นต้น ซึ่งการศึกษาลักษณะนี้เป็นแนวทางการศึกษาต่อยอดงานวิจัยเพื่อให้ได้ประโยชน์มากขึ้นและเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กฤตินา จันทรหวร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ซื้อผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรมของผู้บริโภคระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- จิระพงษ์ วรรณสุทธิ. (2560). การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook live. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- จุฑารัตน์ เกียรติศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชิษณุพงศ์ สุกกา. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภัสสร แยมอุทัย. (2558). ทศนคติของผู้บริโภคในการอ่านบทความรีวิวผ่านช่องทางออนไลน์. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญสม รัศมีโชติ. (2561). การซื้อสินค้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์เว็บไซต์ Lazada ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2 (2), 14-34.
- ปัญญาพัฒน์ เตชะศิริเชษฐ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ ตามแนวทางการบริโภคอย่างยั่งยืนของคนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร. การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปารมี รอดกลิ่น. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มัสลิน ใจคุณ. (2561). การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊ก ไลฟ์ ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- สามารถ สิทธิมณี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง Online: กรณีศึกษาจังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- Athapaththu, J. C. & Kulathunga, D. (2018). Factors affecting online purchase intention: Effects of technology and social commerce. *International Business Research*, 11 (10), 111-128.

- Deng, W., Su, T., Zhang, Y., & Tan, C. (2021). Factors affecting consumers' online choice intention: A study based on Bayesian network. *Frontiers in Psychology, 12*, 1-10.
- Hoang, P. V. L. (2020). Factors affecting online purchase intention: The case of e-commerce on LAZADA. *Independent Journal of Management & Production, 11* (3), 1018-1033.
- Uzun, H. & Poturak, M. (2014). Factors affecting online shopping behavior of consumers. *European Journal of Social and Human Sciences, 3* (3), 163-170.



Journal of Academic Management Science

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Vol.3 No.1
January – June 2021

หลักเกณฑ์และรูปแบบการเตรียมต้นฉบับบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ “วิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์”

หลักเกณฑ์ในการส่งบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ “วิทยาการจัดการวิชาการ” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เจ้าของบทความต้องดำเนินการจัดเตรียมต้นฉบับตามรูปแบบที่กองบรรณาธิการได้กำหนดไว้ในหลักเกณฑ์และรูปแบบที่กำหนด และแนบหนังสือแนะนำส่งที่มีชื่อ-สกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และ E-Mail Address และที่สามารถติดต่อได้สะดวกซึ่งบทความวิจัยที่จะได้รับการตีพิมพ์ลงวารสารจะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิและทำการแก้ไขก่อนตีพิมพ์เผยแพร่

หลักเกณฑ์ในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร

1. บทความที่ส่งมาเพื่อการพิจารณาจะต้องเป็นบทความการวิจัย หรือ บทความทางวิชาการ หรือบทความหนังสือ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา การวิจัย หรือประโยชน์ในเชิงวิชาการ
2. บทความที่ส่งมาเพื่อการพิจารณาจะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน
3. บทความที่ส่งมาเพื่อการพิจารณาต้องไม่อยู่ระหว่างเสนอขอตีพิมพ์ในวารสารอื่น
4. เนื้อหาของบทความต้องเป็นบทความที่เจ้าของบทความเขียนขึ้นมาเองไม่ได้ลอกเลียนหรือตัดทอนมาจากผลงานวิจัยของผู้อื่น หรือจากบทความอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือปราศจากการอ้างอิงที่เหมาะสม
5. ผู้เขียนต้องเขียนต้นฉบับตามหลักเกณฑ์และรูปแบบตามที่กำหนด
6. ผู้เขียนต้องแก้ไขความถูกต้องของเนื้อหาในบทความหรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับต้นฉบับที่ส่งมาตีพิมพ์ให้เหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้พิจารณากลั่นกรอง (Peer Review) แล้วและต้องส่งกลับภายในเวลาที่กำหนด
7. ภายหลังจากผู้เขียนได้ทำการแก้ไขเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะดำเนินการตรวจสอบเพื่อความถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง

รูปแบบการเตรียมต้นฉบับ

1. ผู้จัดทำต้นฉบับ ต้องจัดพิมพ์ต้นฉบับแบบหน้าเดียวด้วยกระดาษ ขนาด B5 โดยโปรแกรม Microsoft Word และใช้แบบอักษร TH SarabunPSK ซึ่งต้องมีเนื้อหาที่สมบูรณ์ในฉบับ จำนวนไม่เกิน 12 หน้า
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ
 - ระยะขอบบน ขนาด 2.50 เซนติเมตร

- ระยะขอบล่าง ขนาด 2.50 เซนติเมตร
 - ระยะขอบซ้าย ขนาด 2.50 เซนติเมตร
 - ระยะขอบขวา ขนาด 2.00 เซนติเมตร
3. การใส่เลขหน้า ให้ใส่ด้านบนกึ่งกลาง โดยใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ
 4. บทคัดย่อ กับ Abstract ไม่ควรเกินอย่างละ 1 หน้ากระดาษ

รายละเอียดการเตรียมต้นฉบับ

รายละเอียดของต้นฉบับบทความวิจัย (Research article) ต้องมีรายละเอียดตามหัวข้อที่กำหนด ดังนี้

1. ชื่อเรื่อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรขนาด 18 ตัวหนา จัดกึ่งกลางของหน้ากระดาษ
2. ชื่อ-นามสกุลผู้เขียนและคณะ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษรขนาด 12 ตัวหนา จัดกึ่งกลางของหน้ากระดาษ และระบุผู้เขียนหลักโดยใส่ “*” ไว้หลังตัวเลข
3. ที่อยู่หรือหน่วยงานสังกัดของผู้เขียน ใช้ตัวอักษรขนาด 12 ตัวปกติ จัดกึ่งกลางของหน้ากระดาษและให้ใส่ไว้ที่หน้าแรกของบทความ โดยระบุ ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด และ E-mail ที่สามารถติดต่อได้เพียงคนเดียวเท่านั้น
4. บทคัดย่อ และ Abstract ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดกึ่งกลางของหน้ากระดาษ สำหรับเนื้อความใช้ตัวอักษร ขนาด 14 ตัวปกติ เขียนสรุปสาระสำคัญของเรื่องอ่านและเข้าใจง่ายโดยเนื้อความต้องครอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย และผลการวิจัยตามลำดับความสำคัญของเนื้อหาอย่างต่อเนื่องกัน
5. คำสำคัญ และ Keywords ระบุคำสำคัญภาษาไทยและภาษาอังกฤษตามลำดับ ใส่ไว้ท้ายบทคัดย่อ ไม่ควรเกิน 3-5 คำ ระยะห่างของคำจำนวน 2 เคาะ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวหนา จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ ส่วนเนื้อความใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ
6. เนื้อหาในบทความ ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ สำหรับเนื้อความใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ ซึ่งเนื้อหาในบทความต้องประกอบไปด้วย
 - 6.1 บทนำ แสดงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา แนวคิด และทฤษฎีหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษาและทบทวนมาจากวรรณกรรม (พอสังเขป) และบอกวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่นำไปสู่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้
 - 6.2 วิธีการดำเนินการวิจัย ต้องประกอบไปด้วย ระเบียบวิธีวิจัยหรือสถิติที่ใช้ในการวิจัย สถานที่ทำการวิจัยผู้เขียนต้องเขียนให้กระชับและเป็นขั้นตอนที่เหมาะสม

6.3 ผลการวิจัย เสนอสิ่งที่ได้จากการวิจัยเป็นลำดับและบรรยายอย่างกระชับ อาจแสดงด้วยตาราง กราฟ แผนภาพประกอบการอธิบาย (ถ้ามี)

6.4 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ สรุปผลที่ได้จากการวิจัยอย่างกระชับ รวมทั้งการให้แนวทางการนำไปใช้ประโยชน์และให้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.5 กิตติกรรมประกาศ กล่าวขอบคุณแก่บุคคล หน่วยงาน แหล่งทุนที่ได้รับและผู้ที่เกี่ยวข้องให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

6.6 เอกสารอ้างอิง การอ้างอิงเอกสารในเนื้อหาโดยการอ้างอิงนั้นต้องถูกต้องตามหลักวิชาการและควรใช้รูปแบบเดียวกันในการอ้างอิง

7. ผู้ส่งบทความ ดำเนินการส่งบทความเป็นไฟล์ Word ตามรูปแบบที่กำหนดในข้างต้น มาที่ E-mail : Kanya.say@pcru.ac.th หมายเลขโทรศัพท์ในการติดต่อ 0-5671-7134 ต่อ 1242 หรือ 084 596 4838 คุณกัญญา สายสิงห์เทศ ผู้ประสานงาน

การเขียนเอกสารอ้างอิง

1. เอกสารอ้างอิงจากหนังสือภาษาไทย

ให้เรียงลำดับชื่อผู้แต่งจาก ก - ฮ ตามลำดับแล้วตามด้วยชื่อสกุล

ชื่อผู้แต่ง//ชื่อสกุล/(ปีที่พิมพ์)//ชื่อเรื่อง//ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี) //เมืองที่พิมพ์/ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์.

ตัวอย่าง

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและพัฒนาธุรกิจ.

2. เอกสารอ้างอิงจากหนังสือภาษาอังกฤษ

ให้เรียงลำดับชื่อผู้แต่งจาก A - Z ตามลำดับแล้วตามด้วยชื่อสกุล

ชื่อสกุล./อักษรย่อชื่อต้น./อักษรย่อชื่อกลาง(ถ้ามี)/(ปีที่พิมพ์)//ชื่อเรื่อง//ครั้งที่พิมพ์.//
////////เมืองที่พิมพ์/ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์.

ตัวอย่าง

Jones, Anna (2001). **Beginning Psychology**. New York and London. New York University Press.

3. เอกสารอ้างอิงจากวิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียน.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่อง.// ระดับวิทยานิพนธ์.// ชื่อสาขา/คณะ.// ชื่อมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง

ชื่อเพ็ญ นวลขาว. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศกับแบบแผนการผลิตและ
วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร ศึกษากรณีชุมชนชนาบนากจังหวัดนครศรีธรรมราช .
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์).

4. เอกสารอ้างอิงบทความจากหนังสือ

ชื่อผู้เขียน.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ใน/ชื่อบรรณาธิการ(บรรณาธิการ)(ถ้ามี).// ชื่อหนังสือ.// (หน้า/
/////////เลขหน้า).// เมือง.// ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์.

ตัวอย่าง

สุมิตร คุณานุกร. (2520). การวางแผนการสอน ใน ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (บรรณาธิการ), คู่มืออาจารย์
ด้านการเรียนการสอน. (หน้า58-69). กรุงเทพฯ : หน่วยพัฒนาคณาจารย์ฝ่ายวิชาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

5. เอกสารอ้างอิงบทความจากวารสาร

ชื่อผู้เขียน.// (ปี, /วัน/เดือน).// ชื่อบทความ.// ชื่อวารสาร.// ปีที่หรือเล่ม(ฉบับที่), เลขหน้า.

ตัวอย่าง

เรืองวิทย์ ลิมปนาท. (2542, มิถุนายน – ธันวาคม). แนวคิดสันติวิธีจากกฎหมายตราสามดวง. วารสาร
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7(8), หน้า 52-61.

6. เอกสารอ้างอิงคอลัมน์จากวารสาร

ชื่อผู้เขียน.// (ปี, /วัน/เดือน).// ชื่อคอลัมน์.// ชื่อเรื่องในคอลัมน์.// ชื่อวารสาร.// ปีที่หรือเล่มที่(ฉบับที่),
/////////เลขหน้า.

ตัวอย่าง

สุนันท์ ศรีจันทร์. (2545, 6-12 พฤษภาคม). เกาะกระแสธุรกิจ : นักลงทุนไทยไปนอก. เนชั่นสุดสัปดาห์,
10 (518), หน้า 21.

7. เอกสารอ้างอิงคอลัมน์จากหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียนบทความ.// (ปี/วัน/เดือน).// ชื่อคอลัมน์.// ชื่อเรื่องในคอลัมน์.// ชื่อหนังสือปี./หน้า/เลขหน้า.

ตัวอย่าง

ขติยา มหาสินธ์. (2545, 19 พฤษภาคม). เปิดศูนย์เทียบประสบการณ์สร้างชีวิตใหม่ให้แรงงานไทย.
มติชน, หน้า 4.

8. เอกสารอ้างอิงโสตทัศนวัสดุ

ชื่อผู้จัดทำ./หน้าที่ที่รับผิดชอบ.// (ปีที่จัดทำ).// ชื่อเรื่อง.// [ลักษณะของโสตทัศนวัสดุ].// ชื่อเมือง.//
/////////ผู้รับผิดชอบในการจัดทำ.

ตัวอย่าง

ยุพดี พัทธพันธ์ (ผู้บรรยาย). (2530). ยาสุนไพรร. [แถบบันทึกเสียง]. กรุงเทพฯ : องค์การวิทยาศาสตร์
การแพทย์.

9. เอกสารอ้างอิงจากเอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 ฐานข้อมูลออนไลน์

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์/ผลิต, วัน/เดือน).// ชื่อเรื่อง.// [ประเภทของสื่อ].// รายละเอียดทางการพิมพ์(ถ้ามี).//
/////////เข้าถึงได้จาก.// แหล่งสารสนเทศ.// (วันที่สืบค้น.// วัน/เดือน/ปี).

ตัวอย่าง

สมศักดิ์ ดลประสิทธิ์. (2544). ความสงสัยในการเดินทางปฏิบัติการศึกษา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.moe.go.th/main2/article-somsak/article-somsak09.htm/>. (วันที่ค้นข้อมูล: 31
พฤษภาคม 2545).

9.2 ฐานข้อมูล ซีดี-รอม

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์/ผลิต, วัน/เดือน).// ชื่อเรื่อง.// [ประเภทของสื่อ].// รายละเอียดทางการพิมพ์(ถ้ามี).//
/////////เข้าถึงได้จาก.// แหล่งสารสนเทศ.

ตัวอย่าง

นพรัตน์ เพชรพงษ์. (2545). จำนวนวันนอนในโรงพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลจิตจร.

[ซีดี – รม]. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการพยาบาลบัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สาระสังเขปจาก : ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทยแผ่นที่ 3, 2547.

10. เอกสารอ้างอิงจากการประชุมวิชาการที่มีการพิมพ์เป็นรายงานสืบเนื่องจากการประชุม
(Proceeding)

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ./ (บรรณาธิการ),/ชื่อการ
/////////ประชุม./ (หน้าแรก-หน้าสุดท้าย)./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

การเขียนอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา

1. (ผู้แต่ง./ปีที่พิมพ์./เลขหน้า) ไขข้อสงสัยที่อ้างอิง

เช่น (ปุนทริกา สุคนธสิงห์, 2561, 305) ได้ศึกษาถึง.....

(Puntarika Sukonthasing (2018, 305) studied.....

*กรณีไม่ปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บเดียวกัน

เช่น (ปุนทริกา สุคนธสิงห์, 2561)

2. ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์./เลขหน้า) กรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้วไม่ต้องระบุไว้ในวงเล็บ

ท้ายข้อสงสัยที่อ้างอิงอีก

เช่น ปุนทริกา สุคนธสิงห์ (2561, 125) ได้ศึกษาถึง.....

Puntarika Sukonthasing (2018, 125) studied.....

*กรณีไม่ปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีที่พิมพ์โดยลงปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บ

เช่น ปุนทริกา สุคนธสิงห์ (2561)

3. ปีที่พิมพ์/ผู้แต่ง./ (เลขหน้า) กรณีมีการระบุปีที่พิมพ์และผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ให้ระบุเฉพาะ
เลขหน้าอ้างอิงไว้ในวงเล็บเท่านั้น

เช่น ในปี 2560 ปุนทริกา สุคนธสิงห์ (หน้า 300) ได้ให้ความหมายว่า “การจัดการธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม.....” (น. 300)

In 1996, According to Kaplan and Nort, (p.7) “ the implementation of the
Balanced.....” (p.7)

*หมายเหตุ : / คือ การเคาะเว้นวรรค 1 เคาะ

ตัวอย่าง รูปแบบการเตรียมต้นฉบับบทความเพื่อตีพิมพ์

ระยะขอบบน 2.50 ซม.

ชื่อบทความ ภาษาไทย (ขนาด 18 ตัวหนา กึ่งกลาง)

ชื่อบทความ ภาษาไทย (ขนาด 18 ตัวหนา กึ่งกลาง)

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน ภาษาไทย¹ และ² (ขนาด 12 ตัวหนา กึ่งกลาง)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน ภาษาอังกฤษ¹ and² (ขนาด 12 ตัวหนา กึ่งกลาง)

¹ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด (ขนาด 12 ตัวปกติ กึ่งกลาง)

²ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด (ขนาด 12 ตัวปกติ กึ่งกลาง)

*E-mail :..... (ขนาด 12 ตัวปกติ กึ่งกลาง)

หมายเหตุ ในกรณีที่มีผู้เขียน 2 คนขึ้นไป ให้ใส่ “*” หลังตัวเลขโดยใส่รายละเอียด

E-mail ที่สามารถติดต่อได้เพียงคนเดียวเท่านั้น

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

ระยะขอบซ้าย 2.50 ซม.

บทคัดย่อ (ขนาด 16 ตัวหนา กึ่งกลาง)

ระยะขอบขวา 2 ซม.

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

คำสำคัญ : (ขนาด 14 ตัวหนา)..... (ขนาด 14 ตัวปกติ)

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

ระยะขอบล่าง 2.50 ซม.

Abstract (ขนาด 16 ตัวหนา กึ่งกลาง)

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

Keyword : (ขนาด 14 ตัวหนา) (ขนาด 14 ตัวปกติ)

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

บทนำ (ขนาด 16 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

วิธีดำเนินการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

ผลการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

ตัวอย่างภาพประกอบ (ขนาด 16 ตัวหนา กึ่งกลาง)

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ



ภาพที่ 1 (ขนาด 14 ตัวหนา กึ่งกลาง) แสดงการออกแบบตัวละคร (ขนาด 14 ตัวปกติ)

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

ตัวอย่าง ตาราง

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

ตารางที่ 5 (ขนาด 14 ตัวหนา ชิดซ้าย) คุณลักษณะสำคัญของงานวิจัย (ขนาด 14 ตัวปกติ)

ประเด็น เปรียบเทียบ	การวิจัยแบบดั้งเดิม	การวิจัยเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม
รูปแบบ	เป็นพิมพ์เขียวที่กำหนดให้	เน้นกระบวนการที่ ปรับเปลี่ยนได้ตาม สถานการณ์
อุดมการณ์/ปรัชญา	เน้นกลุ่มคนชั้นสูง	เน้นกลุ่มคนที่ด้อยโอกาส ในสังคมคนชายขอบ
จุดมุ่งหมาย	ไม่ผูกพัน ทำให้ได้ข้อมูล เพื่อตอบปัญหาการวิจัย	มีพันธกรณีระหว่าง ผู้เขียน กับชาวบ้านที่จะร่วมกัน เพื่อสิทธิ ของมนุษย์
กรอบการวิจัย	กำหนดโดยผู้เขียนองค์กร	กำหนดโดยประชาชนใน พื้นที่

ที่มา : พันธุ์ทิพย์ (2545) (ขนาด 14 ตัวปกติ)

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

สรุปและวิจารณ์ผล (ขนาด 16 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....

.....

.....

กิตติกรรมประกาศ (ขนาด 16 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....
.....
.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

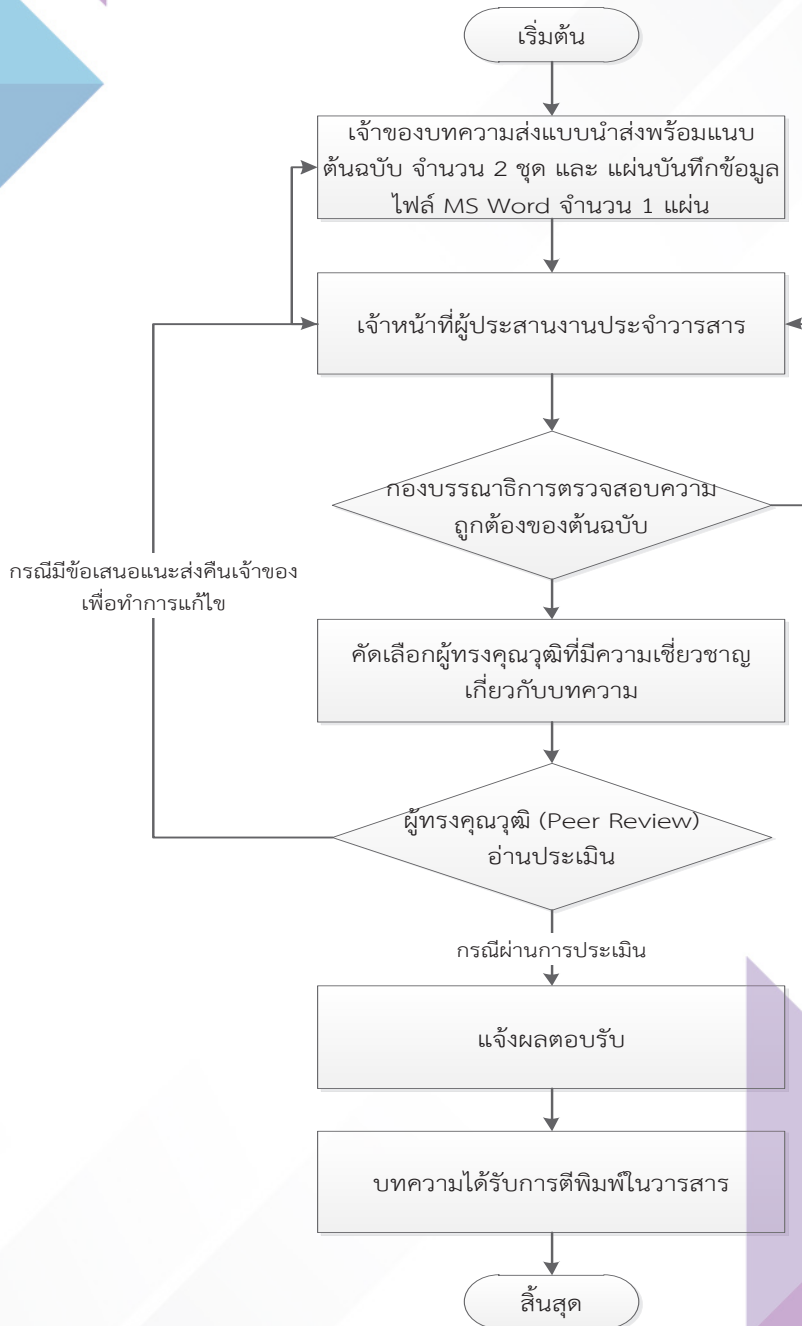
เอกสารอ้างอิง (ขนาด 16 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เนื้อความ (ขนาด 14 ตัวปกติ).....

.....
.....
.....

เว้น 1 บรรทัด ขนาด 14 ตัวปกติ

ขั้นตอนการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ



แบบนำส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ลงวารสาร “วิทยาการจัดการวิชาการ”

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

เรียน กองบรรณาธิการวารสาร วิทยาการจัดการวิชาการ

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ชื่อ – สกุล

ตำแหน่งทางวิชาการ หรือ ตำแหน่งอื่น ๆ (ถ้ามี โปรดระบุ)

สถานที่ทำงาน

หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขโทรสาร

ที่อยู่/สถานที่ติดต่อ

.....

E-mail :

ID Line (ถ้ามี) :

มีความประสงค์ขอส่งบทความ

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)

.....

(ภาษาอังกฤษ)

.....

ประเภทของบทความ ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ลงวารสาร “วิทยาการจัดการวิชาการ” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ พร้อมนี้ ข้าพเจ้าได้แนบหลักฐานดังรายการต่อไปนี้ คือ

- ☐ 1. ต้นฉบับบทความ (ตามรูปแบบที่กำหนด) จำนวน 2 ชุด
- ☐ 2. CD ไฟล์ Word ต้นฉบับบทความ จำนวน 1 แผ่น
- ☐ 3. หนังสือยินยอมให้นำบทความไปตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร (ถ้ามี) ในกรณีที่มีชื่อผู้แต่งเกิน 1 คน

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อนและไม่อยู่ระหว่างการพิจารณา

ของวารสารฉบับอื่น

ส่วนของเจ้าหน้าที่

ผลการตรวจสอบรูปแบบที่วารสารกำหนดเบื้องต้น

- ☐ ตรงตามรูปแบบที่วารสารกำหนด
- ☐ ไม่ตรงตามรูปแบบที่วารสารกำหนด

ลงชื่อ.....ผู้ตรวจรูปแบบ

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.....

ลงชื่อ.....ผู้ส่งบทความ

(.....)

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

หนังสือยินยอมให้นำบทความไปตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร (กรณีมีผู้ร่วม)

ทำที่.....

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

ข้าพเจ้า.....สังกัด.....คณะ.....มหาวิทยาลัย.....
ที่อยู่.....เจ้าของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ เรื่อง.....ซึ่งเป็นผู้
แต่ง ชื่อที่ซึ่งมีส่วนร่วมในผลงานร้อยละ.....ของบทความวิจัยหรือบทความ
วิชาการดังกล่าวยินยอมให้.....ซึ่งเป็นผู้แต่ง ชื่อที่.....
ของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ สามารถนำบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ เรื่อง.....
นำไปตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร วิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ได้ จึงลงลายมือชื่อ
ไว้เป็นหลักฐานต่อหน้าพยาน

ลงชื่อ..... (ผู้ยินยอม)
(.....)

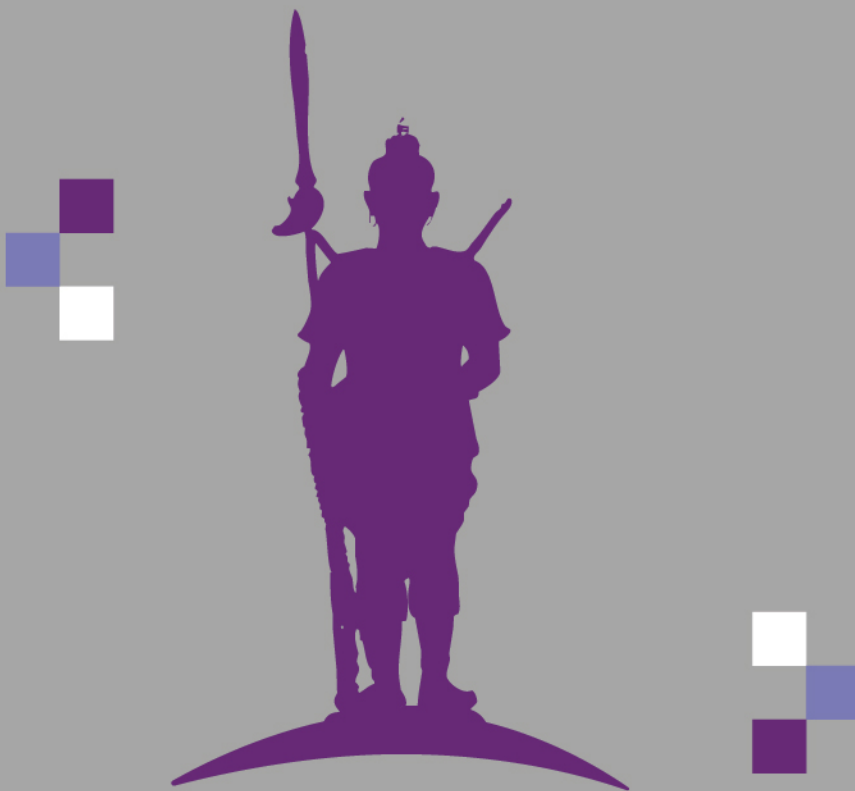
ลงชื่อ..... (ผู้ขอใช้
บทความวิจัย)
(.....)

ขอรับรองเป็นลายมือชื่อของผู้ยินยอมและผู้ขอใช้บทความวิจัยจริง

ลงชื่อ..... (พยาน)
(.....)

ลงชื่อ..... (พยาน)
(.....)

หมายเหตุ : แบบสำเนาบัตรประชาชนหรือบัตรข้าราชการหรือบัตรพนักงานมหาวิทยาลัยของผู้ยินยอม จำนวน 1 ชุด



Journal of Academic Management Science

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Vol.3 No.1
January – June 2021

83 หมู่ 11 ถนนสระบุรี-หล่มสัก ตำบลสะเตียง
อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์
056-717134