



Phetchabun Graduate
Studies Journal

Vol1, No.2 May-August 2026

วารสารบัณฑิตศึกษาเพชรบูรณ์ ISSN: 3088-3822
(Online) ปี ที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2569

งานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Graduate School Phetchabun Rajabhat University



วารสารบัณฑิตศึกษาเพชรบูรณ์
Phetchabun Graduate Study

ISSN: 3088-3822 (Online)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2569

Vol1, No.2 May - August 2026

นโยบายและขอบเขตการตีพิมพ์ : วารสารฯ มีนโยบายรับตีพิมพ์บทความที่มีคุณภาพในด้านมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือคณาจารย์ นักศึกษาและนักวิจัยทั้งในและนอกสถาบัน

กระบวนการพิจารณาบทความ : บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)

ประเภทของบทความ : บทความวิจัย และบทความวิชาการ

ภาษาที่รับตีพิมพ์ : ภาษาไทย, ภาษาอังกฤษ

กำหนดออก : วารสารตีพิมพ์ 3 ฉบับต่อปี ดังนี้

ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม

เจ้าของวารสาร : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ : ไม่มีค่าใช้จ่าย

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา ผ่องพิทยา

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.บังอร เสรีรัตน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชไมพร กาญจนกิจสกุล มหาวิทยาลัยนเรศวร

รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรพล พทธรักษา มหาวิทยาลัยนเรศวร

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิตินันท์ ชาญโกศล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ ดร.วรกมล วิเศษศรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

รองศาสตราจารย์ ดร.จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาภาภรณ์ พัทธกิจพัฒนกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ นิยม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

บทบรรณาธิการ

วารสารวารสารบัณฑิตศึกษาเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ วารสารฯ มีนโยบายรับตีพิมพ์บทความที่มีคุณภาพในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือคณาจารย์ นักศึกษา และนักวิจัยทั้งในและนอกสถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการสร้างเสริมเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระหว่าง นักศึกษา อาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นักนวัตกรรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมและประเทศ โดยกำกับคุณภาพและกระบวนการของการจัดทำวารสาร ให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาการ

ในวารสารฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย ของนักวิชาการ อาจารย์ นักศึกษา ตลอดจนผู้ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 เรื่องโดยหัวข้อหลักครอบคลุมทั้งด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และประเด็นท้าทายใหม่ ๆ ทางด้านมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์

ทางทีมจัดทำวารสาร ขอขอบคุณผู้เขียนบทความและผู้ทรงคุณวุฒิ ที่พิจารณาบทความ ที่ปรึกษาภายในและภายนอกทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขบทความให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้การสนับสนุนทรัพยากร และให้คำแนะนำจนทำให้วารสารฉบับนี้ มีบทความที่น่าสนใจ และได้มาตรฐานมีคุณค่าทางวิชาการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจ และเป็นข้อมูลอ้างอิงทางวิชาการได้เป็นอย่างดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา ผ่องพิทยา
บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

เรื่องที่

- 1 กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในจังหวัดเพชรบูรณ์ 1-10
ธนาภรณ์ พวงเพ็อง
- 2 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 11-18
วริศรา ใหม่ศิริ, ณัฏฐธิดา นามมูลตรี
- 3 ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ 19-28
เดชชนะชัย มีโพธิ์, กนกวรรณ บุ่งจันทร์, อัมรา ชากำนัน
- 4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ 29-40
พูลศักดิ์ จันทร์จวง, สุวิจักขณ์ จันทร์มณี
- 5 แนวทางการมีส่วนร่วมของพระสงฆ์ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน 41-56

สุมาลย์ ใหม่ศิริ

**กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก
ในจังหวัดเพชรบูรณ์**

Online Marketing Strategies Affecting the Success of Small Restaurant
Businesses in Phetchabun Province

ธนาภรณ์ พวงเฟื่อง

Thanaphon Phuangufueang

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Undergraduate Student, Management Program, Faculty of Management Science,
Phetchabun Rajabhat University, Thailand.

Corresponding author e-mail : thanaphon2231@gmail.com โทร : 0806287608

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Lecturer of Faculty of Education, Phetchabun Rajabhat University
e-mail : thakurn.anu@pcru.ac.th โทร : 0813576171

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน และผู้วิจัยได้ใช้และวิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของ กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่งชั้นอยู่ในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์; ความสำเร็จของธุรกิจ; ร้านอาหารขนาดเล็ก

ABSTRACT

The purpose of this research was to study personal factors, online marketing strategies, and the success of small restaurant businesses in Phetchabun Province. This study employed a quantitative research approach. The sample consisted of 400 small restaurant entrepreneurs in Phetchabun Province, selected using cluster random sampling. Data were collected through questionnaires, and the statistical methods used for data analysis included mean and standard deviation. The research findings revealed that the overall level of opinions regarding online marketing strategies was moderate. When considered by individual factors, the customer communication channel focus was at a moderate level, the timely market responsiveness was at a moderate level, and the ability to learn from competitors was also at a moderate level. In addition, the overall level of opinions regarding the success of small restaurant businesses in Phetchabun Province was at a moderate level.

Keywords: Online Marketing Strategies; Success of business; Small Restaurant Enterprises;

บทนำ

ในปัจจุบันการตลาดออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า สร้างการรับรู้ และเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขาย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) ธุรกิจร้านอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจร้านอาหาร ที่ต้องปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากมีการแข่งขันสูงและผู้บริโภคนิยมค้นหาข้อมูลร้านอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ก่อนตัดสินใจใช้บริการ โดยเฉพาะในจังหวัดเพชรบูรณ์ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์จึงมีความสำคัญต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ (ธัญญรัตน์ ไทยโกฏ, 2568) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กยังพบข้อจำกัดในการดำเนินการตลาดออนไลน์ ได้แก่ การสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าไม่เป็นระบบ การขาดการติดตามและเรียนรู้จากคู่แข่ง และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงของตลาดไม่ทันเวลา ซึ่งอาจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ (Chusripat & Chailom, 2022) ดังนั้น จึงมีความสำคัญที่จะศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็กในจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเป็นแนวทางในการ

พัฒนาการตลาดออนไลน์และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้อย่างเหมาะสม

จากการสรุปดังกล่าว การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการทำความเข้าใจความคิดเห็นและปัจจัยด้านการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการจะช่วยให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า การตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา และความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง (Chusripat & Chailom, 2022) ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้า สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในจังหวัดเพชรบูรณ์ (Chusripat & Chailom, 2022) อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างเหมาะสมในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

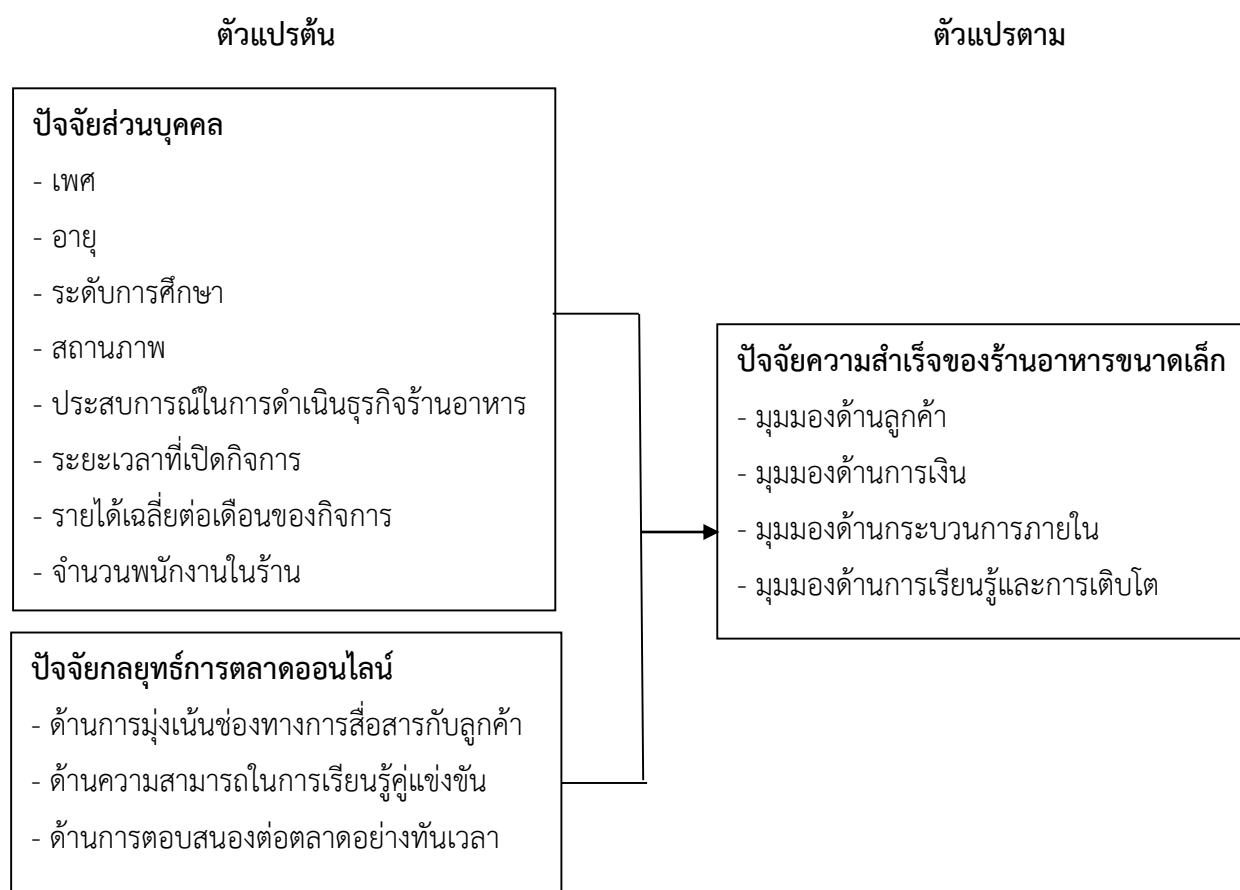
เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็กในจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรและกรอบแนวคิดการวิจัย โดยกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ การมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า ความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง และการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ติดตามและวิเคราะห์คู่แข่ง ตลอดจนปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเหมาะสม (พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์, 2564) สำหรับความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ผู้วิจัยใช้แนวคิด Balanced Scorecard (BSC) ของ Kaplan และ Norton ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้ประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างรอบด้าน โดยพิจารณาความสำเร็จใน 4 มิติ ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต แนวคิดดังกล่าวช่วยให้สามารถประเมินความสำเร็จของธุรกิจได้มากกว่าการพิจารณาผลลัพธ์ทางการเงินเพียงด้านเดียว และครอบคลุมทั้งผลการดำเนินงาน ความสัมพันธ์กับลูกค้า ประสิทธิภาพของกระบวนการภายใน และความสามารถในการพัฒนาธุรกิจ (Kaplan & Norton, 1996) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และแนวคิด Balanced Scorecard มาใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และ

ความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็กในจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้ทราบว่าการกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ด้านใดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหารขนาดเล็กได้อย่างเหมาะสม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนสถานประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 1,379 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจาก Morgan DW.(1970) มีจำนวน 302 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ครอบคลุมกับเนื้อหางานวิจัยและวิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

การหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of items-Objective Concruency: IOC) ได้ค่าระหว่าง 0.66-1.00 จากนั้นทดลองใช้ (try-out) กับจำนวนสถานประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 30 คนจากนั้นผู้วิจัยได้คำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประสานงานของแต่ละสถานประกอบการและขอความกรุณาติดตามทวงถามเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน ในเดือนสิงหาคม จำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้และมีความเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่าง ๆ และสถิติเพื่อตรวจสอบ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยมีรายละเอียด ได้แก่การวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน ผู้วิจัยนำสถิติเชิงพรรณนามาใช้ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐานปัจจัยส่วนบุคคล และ กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ ความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 รองลงมามีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 อายุระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 รองลงมาเป็นมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 อนุปริญญา/ปวส.จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 และมีสถานภาพ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร 4-6 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมามีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร 1-3 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เปิดกิจการ 1-3 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 รองลงมามีระยะเวลาที่เปิดกิจการ ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 มีระยะเวลาที่เปิดกิจการ 7-10 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ 50,001-100,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ 100,001-200,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการมากกว่า 300,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนพนักงานในร้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานในร้าน 6-10 คน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 รองลงมามีจำนวนพนักงานในร้าน 1-5 คน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีจำนวนพนักงานในร้าน 11-20 คน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00

2. ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ต่อกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถรายงานเป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์

กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1.ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า	3.40	1.34	ปานกลาง
2.ปัจจัยด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง	3.00	1.38	ปานกลาง
3.ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา	3.12	1.41	ปานกลาง
รวม	3.17	1.37	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.34 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.41 และปัจจัยด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 มีส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 1.38 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก (SMEs) ในจังหวัดเพชรบูรณ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1.ปัจจัยด้านลูกค้า	3.11	1.39	ปานกลาง
2.ปัจจัยด้านการเงิน	3.08	1.43	ปานกลาง
3.ปัจจัยด้านกระบวนการภายใน	3.03	1.41	ปานกลาง
4.ปัจจัยด้านการเรียนรู้และการเติบโต	3.29	1.41	ปานกลาง
รวม	3.12	1.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 ความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยด้านการเรียนรู้และการเติบโต อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.41 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.39 ปัจจัยด้านการเงิน อยู่ในระดับปาน

กลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.43 และปัจจัยด้านกระบวนการภายในอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 มีส่วนเบี่ยงเบนเท่ากับ 1.41 เป็นลำดับสุดท้าย

อภิปรายผล

จากการศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์และความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากร้านอาหารขนาดเล็กให้ความสำคัญกับการใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เนื่องจากช่องทางออนไลน์ช่วยให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์ (2564) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสาร ให้ความรู้ และเชื่อมต่อกับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ นันทิพร พงษ์ศิริยะกุล นิตพงษ์ สงศรีโรจน์ และสุวรรณ หวังเจริญเดช (2563) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เป็นการวางแผนการตลาดโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารทางการตลาด เพื่อดึงดูดลูกค้าและส่งเสริมการใช้สินค้าและบริการ ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสะท้อนให้เห็นว่า ร้านอาหารขนาดเล็กมีการให้ความสำคัญกับการใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อสื่อสารและเชื่อมโยงกับลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ของร้านอาหารขนาดเล็ก

ความสำเร็จของร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านการเรียนรู้และการเติบโตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาทักษะ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน รวมถึงการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาองค์กรให้สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่สูง แม้ว่าผลการดำเนินงานด้านอื่นๆ จะยังอยู่ในระดับปานกลางก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) ของ Kaplan และ Norton (1992, 1996) ซึ่งเสนอว่า ความสำเร็จขององค์กรไม่ควรประเมินจากผลลัพธ์ทางการเงินเพียงด้านเดียว แต่ควรพิจารณาอย่างสมดุลจาก 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) โดยมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้

บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงาน มีระบบสารสนเทศที่สนับสนุนการดำเนินงาน และมีบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาองค์กร อันจะนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการภายใน การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีในระยะยาว นอกจากนี้ แนวคิดของ Nørreklit, Kure และ Trenca (2018) ยังอธิบายว่า Balanced Scorecard เป็นเครื่องมือที่ช่วยประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างรอบด้าน โดยสร้างความสมดุลระหว่างตัวชี้วัดทางการเงินและตัวชี้วัดที่ไม่ใช่ทางการเงิน รวมทั้งเชื่อมโยงวัตถุประสงค์ระยะสั้นกับระยะยาวขององค์กร ดังนั้น การที่ผลการวิจัยพบว่าด้านการเรียนรู้และการเติบโตมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดจึงสะท้อนให้เห็นว่าร้านอาหารขนาดเล็กในจังหวัดเพชรบูรณ์ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาบุคลากร การเรียนรู้ และการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงาน สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการในระยะยาวตามแนวคิด Balanced Scorecard

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เมนูอาหาร และกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มการรับรู้และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
2. ผู้ประกอบการควรติดตามและศึกษากลยุทธ์ของคู่แข่งชั้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาปรับใช้ในการวางแผนการตลาดออนไลน์ให้เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
3. ผู้ประกอบการควรพัฒนาความสามารถในการตอบสนองต่อตลาดอย่างรวดเร็ว เช่น การตอบกลับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการติดตามแนวโน้มของตลาด เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความพึงพอใจและความสำเร็จของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ เพื่อช่วยปรับปรุงและพัฒนาการบริการของกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์และความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก
2. งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ดี การศึกษาครั้งต่อไปควรพิจารณาใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยเฉพาะการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ใช้บริการประจำ หรือผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก

เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และ ความต้องการ ซึ่งข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้จะช่วยสร้างองค์ความรู้ที่สมบูรณ์และนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติได้จริงมากกว่าการใช้เพียงข้อมูลเชิงปริมาณ

เอกสารอ้างอิง

- ธัญญารัตน์ ไทยโกฏ, (2568). การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านร้านอาหารในการปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัล. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 5(3), 1193–1210. <https://doi.org/10.60027/iarj.2025.288314>
- นันทิพร พงษ์ศิริยะกุล นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และ สุวรรณ หวังเจริญเดช. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กร ของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย The Relationships between Online Marketing Strategy and Organizational Success of Tourism Businesses in Thailand. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(1), 91-93. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/241517/164105>
- พนาวลัย ชูศรีพัฒน์. (2564). กลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์สู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (DSpace at Mahasarakham University). <http://202.28.34.124/dspace/bitstream/123456789/1501/1/62010991005.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565). *สำมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม ธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ จังหวัดเพชรบูรณ์*. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. <https://shorturl.asia/Ktyjm>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (2566). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2566*. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). <https://shorturl.asia/u25Ol>
- Chusripat, P., & Chailom, P. (2022). Factors of Successful Online Marketing Strategy to Food Distribution SMEs. *Journal of Distribution Science*, 20(12), 71–79. <https://doi.org/10.15722/jds.20.12.202212.7>
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *Using the balanced scorecard as a strategic management system*.
- Nørreklit, H., Kure, N., & Trenca, M. (2018). *Balanced Scorecard. The International Encyclopedia of Strategic Communication*, 1-6.

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม
เฟซบุ๊ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์

Online Marketing Strategies and Consumers' Purchase Decisions
through Facebook Platforms in Phetchabun Province

วริศรา ใหม่ศิริ¹ ณัฐธิดา นามมุลตรี²

Waritsara Maisiri¹ Natthathida Nammooltree²

นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Undergraduate Student, Department of Management, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat
University, Phetchabun, Thailand

Corresponding author e-mail : Waritsaramaisiri@gmail.com โทร. 0944283803

อาจารย์สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Lecturer, Department of Management, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University,
Phetchabun, Thailand

e-mail : thakurn.anu@pcru.ac.th โทร. 0944283803

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน และผู้วิจัยได้ใช้และวิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยพฤติกรรมภายหลังการซื้อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การประเมินทางเลือก การเสาะแสวงหาข้อมูล

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์; การตัดสินใจซื้อสินค้า; แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

ABSTRACT

This research aimed to investigate personal factors, online marketing strategies, and consumers' purchasing decisions regarding products on the Facebook platform in Phetchabun Province. This study employed a quantitative research approach. The sample consisted of 400 consumers who had purchased products through the Facebook platform in Phetchabun Province. A cluster sampling method was employed, and data were collected using questionnaires. The statistical methods used for data analysis included mean and standard deviation. The results revealed that the respondents' overall level of opinion toward online marketing strategies was at the highest level of agreement. Among the various aspects, the product aspect had the highest mean score, followed by sales promotion and distribution channels, respectively. Furthermore, the respondents' overall level of opinion toward purchasing decision factors was also at the highest level of agreement. Post-purchase behavior had the highest mean score, followed by evaluation of alternatives and information search, respectively.

Keywords: Online Marketing Strategies; Purchasing Decision; Facebook Platform

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการขยายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ตได้ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจและพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 67.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 94.7 ของประชากร และมีบัญชีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประมาณ 51.0 ล้านบัญชีในช่วงปลายปี 2567 สะท้อนให้เห็นถึงการเข้าถึงสื่อดิจิทัลของประชาชนในระดับสูง นอกจากนี้ เฟซบุ๊กยังคงเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเข้าถึงในประเทศไทยอย่างกว้างขวาง

อย่างไรก็ตาม แม้การตลาดผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กจะเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีต้นทุนที่ยืดหยุ่น แต่การมีจำนวนผู้ใช้งานจำนวนมากไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าในทันที เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบข้อมูลสินค้า ราคา โปรโมชั่น คุณภาพสินค้า รีวิวจากผู้ซื้อรายอื่น ตลอดจนพิจารณาความน่าเชื่อถือของร้านค้าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อไม่ให้ตกเทรนด์ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปซึ่งต้องศึกษาและเข้าใจพฤติกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง, การบริหารจัดการ

ทรัพยากรที่ต้องจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ, การวัดผลที่ยากต่อการวัดผลลัพธ์อย่างแม่นยำต้องใช้เครื่องมือและเทคนิคที่เหมาะสม, การสร้างและรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้าในยุคข้อมูลที่เข้าถึงง่าย, และการบริหารจัดการช่องทางการตลาดที่หลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าใจและจัดการกับปัญหาเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในระยะยาว (The Digital Tips, 2022)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และศึกษาพฤติกรรมการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้จำหน่ายสินค้าในจังหวัดเพชรบูรณ์ในการนำไปใช้วางแผนและพัฒนาพฤติกรรมการตลาดออนไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาการขยายผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

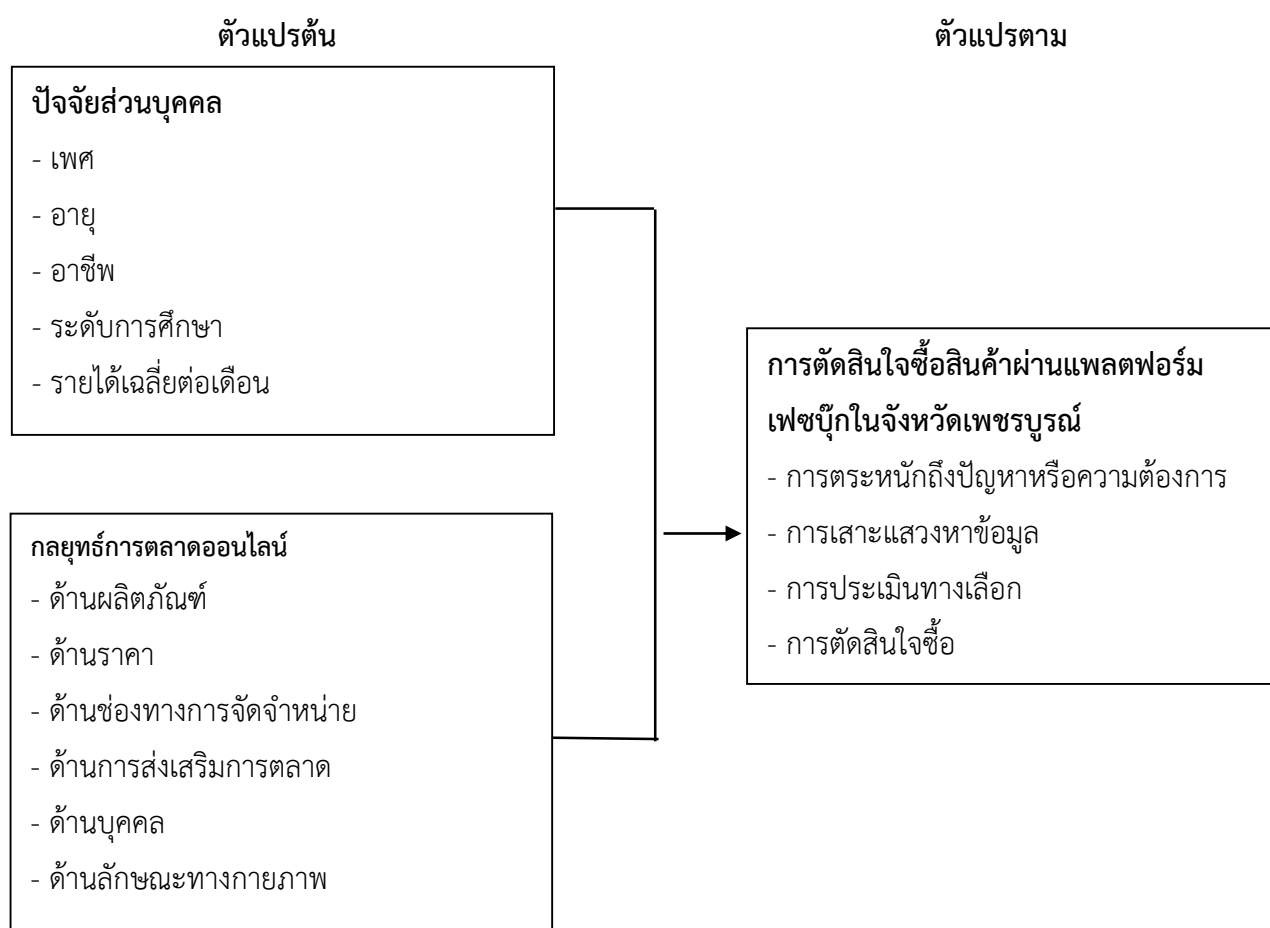
เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการตลาดออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในจังหวัดเพชรบูรณ์

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทบทวน พบว่าการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กซึ่งมีคุณลักษณะที่สนับสนุนการสื่อสารแบบสองทาง การนำเสนอข้อมูลสินค้า การส่งเสริมการขาย การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการบอกต่อระหว่างผู้บริโภค เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดย วรริภา สู้สกุลสิงห์(2563) ให้ความหมายว่า การตลาดออนไลน์ คือ การตลาดแบบใหม่ที่ประกอบไปด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจนั้นเสนอต่อลูกค้าเพื่อขายและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการนั้นเกิดความพึงพอใจ โดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งที่สัมผัสได้และสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการนั้นๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร และควรกระจายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความสนใจ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการหรือ

เพื่อเตือนความทรงจำในตัวผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคลหรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่างๆ ซึ่งนับรวมถึงตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่างพนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สะท้อนความสามารถของธุรกิจในการใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ติดตามการแข่งขัน และปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ และนำแนวคิดเกี่ยวกับ การตัดสินใจซื้อ มาใช้ในการศึกษากระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาและเลือกซื้อสินค้าและบริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 995,331 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 399.90 คน ได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มเป้าหมายคำนวณได้จากสูตร Taro Yannane ที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากรโดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผู้วิจัยจะต้องทราบขนาดของประชากรและกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ขนาดตัวอย่างงานวิจัยครั้งนี้ได้เท่ากับ 400 คน-หลังจากนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มเป้าหมายแบบสุ่มตัวอย่าง (Sampleline)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อ แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแผนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน 2567 รายละเอียดดังนี้ 1) ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองในช่วงเดือน มกราคมโดยขอความร่วมมือและอธิบายรายละเอียดในการตอบแบบสอบถาม 2) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประสานงานของแต่ละสถานประกอบการและขอความกรุณาติดตามทวงถามเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนในเดือนมิถุนายน จำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้และมีความเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป 3) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้ง เพื่อทำการวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่าง ๆ และสถิติเพื่อตรวจสอบ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยมีรายละเอียด ได้แก่การวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน ผู้วิจัยนำสถิติเชิงพรรณนามาใช้ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐานปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ การตัดสินใจซื้อ ด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 และเป็นเพศชายจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 เป็นลำดับสุดท้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 18-25 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 เป็นลำดับแรก รองลงมา อายุ 26-33 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 และอายุ 34-41 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 เป็นลำดับสุดท้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 เป็นลำดับแรก รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 เป็นลำดับสุดท้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 เป็นลำดับแรก รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 และปริญญาโท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 เป็นลำดับสุดท้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 เป็นลำดับแรก รองลงมา 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 เป็นลำดับสุดท้าย

2. ระดับความคิดเห็นกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถรายงานเป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์

ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.61	0.36	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านราคา	4.53	0.43	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.56	0.56	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.57	0.46	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านบุคคล	4.49	0.53	เห็นด้วยมาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.49	0.46	เห็นด้วยมาก
รวม	4.54	0.34	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.34 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.61 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เป็นลำดับแรก รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.57 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.56 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.53 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านบุคคลและด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.49 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 2 ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจซื้อ โดยสถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ	4.54	0.51	เห็นด้วยมากที่สุด
การแสวงหาข้อมูล	4.60	0.50	เห็นด้วยมากที่สุด
การประเมินทางเลือก	4.64	0.43	เห็นด้วยมากที่สุด
การตัดสินใจซื้อ	4.58	0.44	เห็นด้วยมากที่สุด
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.70	0.36	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.61	0.32	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.32 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.70 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เป็นลำดับแรก รองลงมา การประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ย 4.64 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด การแสวงหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.60 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด การตัดสินใจซื้อ ค่าเฉลี่ย 4.58 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.54 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เป็นลำดับสุดท้าย

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษา ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

พนาวลัย ชูศรีพัฒนา (2564) โดยในประเด็นสำคัญรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดส่วนลดในทุกเดือนมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความสามารถในการสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด และด้านราคาให้ความสำคัญกับความหลากหลายของราคาที่ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบแต่ละร้านได้มากที่สุด

2. ผลการศึกษา การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (พฤติกรรมหลังการซื้อ) ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ การเสาะแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า กำหนดราคาให้เหมาะสมและชัดเจน รวมถึงเลือกกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับธุรกิจ ควรใช้สื่อออนไลน์ เช่น การทำคลิปวิดีโอสั้นและการไลฟ์สด เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ พร้อมทั้งจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็วและตรงเวลา นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของลูกค้าผ่านกิจกรรมและโปรโมชั่น รวมถึงให้ความสำคัญกับการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย โดยเฉพาะการตอบกลับที่รวดเร็วและการติดตามความพึงพอใจ เพื่อสร้างความประทับใจ การซื้อซ้ำ และการบอกต่อ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1. ควรพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่เจาะจงและมีความแตกต่างจากการศึกษาในครั้งนี้ เช่น เลือกศึกษาประชากรในระดับอำเภอ
2. ควรพิจารณาศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแล้ว ในครั้งนี้เพื่อให้งานวิจัยครอบคลุมและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของกลุ่มลูกค้า เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- พนาวลัย ชูศรีพัฒนา. (2564). *กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์สู่ความสำเร็จการประกอบธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- รวีภา สู้สกุลสิงห์. (2563). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).

The Digital Tips. (2024). *การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) อัปเดตกลยุทธ์น่าสนใจปี 2024*. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2567, จาก

<https://thedigitaltips.com/blog/marketing/online-marketing/>

ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์

Personal Factors, Service User Behavior, and Service User Satisfaction
with the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Bueng Sam
Phan Branch, Phetchabun Province.

เดชชนะชัย มีโพธิ์¹ กนกวรรณ บุ่งจันทร์² อัมรา ชากำนัน³

Detchachai Meepoe¹ Kanokwan Bungchan² Ammara Chakamnan³

¹ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, นักวิจัยอิสระ

Bank for agricult and agriculturae cooperatives, independent researcher.

Corresponding author e-mail : kanogwann49@gmail.com โทร.064-120-7697

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมหลังการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก สำหรับความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านอรรถาศัยของผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการประสานงานของการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากบริการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล; พฤติกรรมผู้ใช้บริการ; ความพึงพอใจผู้ใช้บริการ

ABSTRACT

This research aimed to study personal factors, service user behavior, and customer satisfaction with the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Bueng Sam Phan Branch, Phetchabun Province. This research employed a quantitative research methodology. The population consisted of 370 customers of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Bueng Sam Phan Branch, Phetchabun Province. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed using the mean and standard deviation. The results revealed that, overall, customers who used the services differed in terms of gender, age, occupation, and average monthly income. The level of service user behavior at the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Bueng Sam Phan Branch, was high, with post-service behavior having the highest mean score. Service-use decision-making, information search, evaluation of alternatives, need recognition, and customer satisfaction with the services were also at a high level. Among the dimensions of customer satisfaction, courtesy and friendliness of service providers had the highest mean score, followed by service quality, service coordination, convenience received from the service, and information received from the service, respectively.

Keywords: Personal Factors; Service User Behavior; Service User Satisfaction

บทนำ

ในปัจจุบันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมการประกอบอาชีพของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของภาคการเกษตร โดย ธ.ก.ส. ให้บริการทางการเงินแก่เกษตรกรในหลากหลายด้าน เช่น การให้สินเชื่อเพื่อการผลิต การลงทุน และการพัฒนากิจกรรมทางการเกษตรและสหกรณ์ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาอาชีพและยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและประชาชนในชนบท อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมถึงความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ ธ.ก.ส. จำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจึงเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการของธนาคารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2560)

จากพฤติกรรมของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ธ.ก.ส. มีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ของการใช้บริการ กระบวนการทำธุรกรรม และการใช้บริการสินเชื่อ ซึ่งผู้ใช้บริการแต่ละรายย่อมมีความต้องการและระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการที่แตกต่างกัน หากการให้บริการไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า หรือการแก้ไขปัญหาไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อาจส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจและทัศนคติที่ไม่ดีต่อธนาคาร รวมทั้งอาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับธนาคารในระยะยาว ดังนั้น ธ.ก.ส. จึงให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ การรับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2567)

แม้ว่าที่ผ่านมาจะมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอย่างต่อเนื่อง แต่ผลการศึกษาส่วนใหญ่มักดำเนินการศึกษาในบริบทของธนาคารหรือพื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ใช้บริการในแต่ละพื้นที่อาจมีลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการ และประสบการณ์ในการรับบริการที่แตกต่างกันออกไป สำหรับบริบทของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ยังขาดข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของผู้ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในบริบทของพื้นที่อย่างเฉพาะเจาะจง โดยเฉพาะการศึกษาที่พิจารณาร่วมกันทั้งปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจต่อการให้บริการ ดังนั้น ผลการศึกษาที่มีอยู่จึงอาจยังไม่สามารถสะท้อนความต้องการและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการในบริบทของ ธ.ก.ส. สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้อย่างครอบคลุม

จากการสรุปดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของผู้ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร อันจะนำไปสู่การนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ อันจะช่วยสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ใช้บริการกับธนาคารในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Aday และ Andersen ซึ่งเสนอว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบหลายด้าน ได้แก่ ความสะดวกที่ได้รับจากบริการ การประสานงานของการบริการ อรรถาธิบายของผู้ให้บริการ ข้อมูลที่ได้รับจากบริการ และคุณภาพของบริการ โดยแนวคิดดังกล่าวอธิบายว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการรับรู้และประสบการณ์ที่มีต่อบริการที่ได้รับ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการประเมินและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

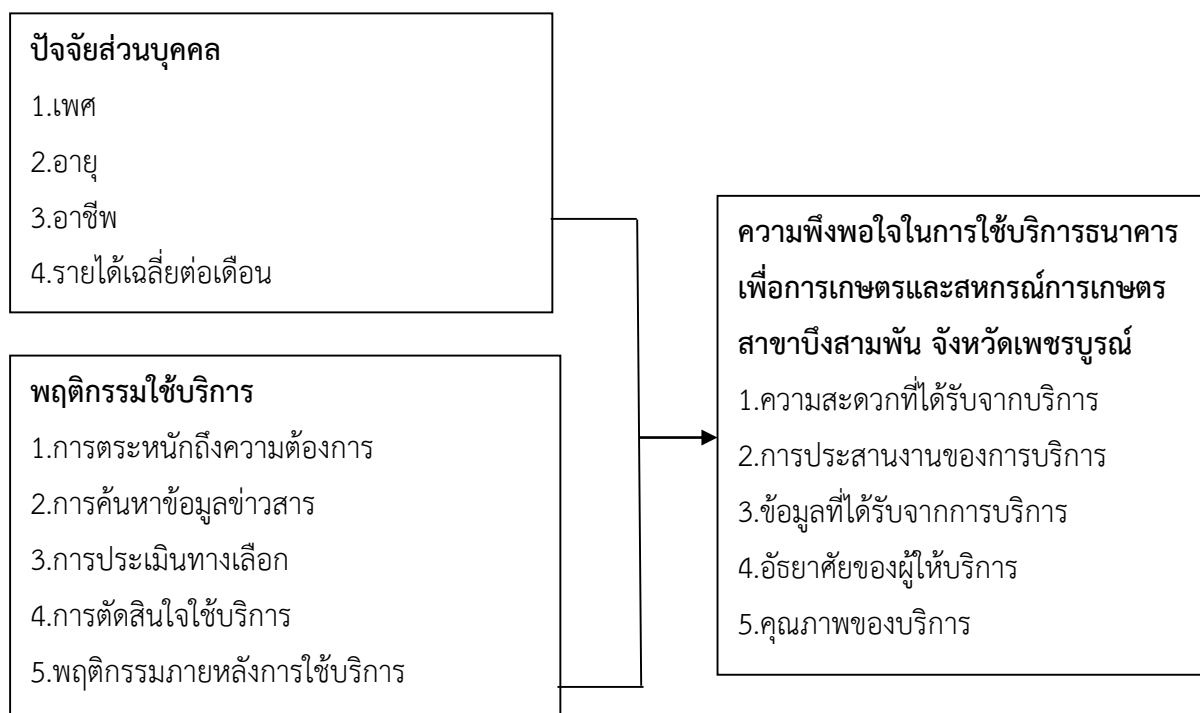
ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของ Aday และ Andersen มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยกำหนดองค์ประกอบของความพึงพอใจในการใช้บริการออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความสะดวกที่ได้รับจากบริการ หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อและใช้บริการ ความเหมาะสมของขั้นตอนการดำเนินงาน รวมถึงระยะเวลาในการให้บริการที่เอื้อต่อผู้ใช้บริการ 2) การประสานงานของการบริการ หมายถึง การประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้ใช้บริการ ความต่อเนื่องของกระบวนการให้บริการ และความสามารถในการดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ 3) อรรถาธิบายของผู้ให้บริการ หมายถึง การแสดงออกและพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ ได้แก่ ความสุภาพ ความเป็นมิตร ความเอาใจใส่ และความเต็มใจในการให้บริการ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้ใช้บริการ 4) ข้อมูลที่ได้รับจากบริการ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารที่ผู้ใช้บริการได้รับ ซึ่งควรมีความถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และมีคำแนะนำที่เพียงพอต่อการทำความเข้าใจและประกอบการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ และ 5) คุณภาพของบริการ หมายถึง การรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวม โดยพิจารณาจากความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของการให้บริการที่ได้รับ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้สามารถศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุม และนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณจากสูตร Cochran (1977) และการประมาณการขนาดตัวอย่างใช้ความคลาดเคลื่อน 0.5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง 370 ชุด ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 จากการสังเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาด้วยเทคนิควิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (การสัมภาษณ์เชิงลึก) พร้อมโครงร่างการวิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้าน การวัด/ประเมินผล/การวิจัย บริหารระดับสูง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ พิจารณาตามความเหมาะสมของตัวแปร

ตอนที่ 2 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิแบบสอบถามนักวิจัยท่านอื่นที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับนิยามศัพท์ของตัวแปร

ตอนที่ 3 จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้พัฒนาขึ้น ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างตัวชี้วัดเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด ซึ่งมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัยและนิยามศัพท์ เพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

ตอนที่ 5 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำแล้วนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้และประสบการณ์เฉพาะด้าน เพื่อทดสอบความตรงความครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องในสำนวนภาษา

ตอนที่ 6 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาในธุรกิจสปา จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคอนบรัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ตอนที่ 7 ผู้วิจัยนำพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน จำนวน 30 ข้อ ผู้วิจัยได้คำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.89

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคมโดยการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองแบบฉบับในช่วงเดือนสิงหาคมโดยร่วมมือและอธิบายรายละเอียดในการตอบแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประสานงานของแต่ละสถานประกอบการและขอความกรุณาติดตามทางถามเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน ในเดือนสิงหาคมจำนวน 370 ชุด ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้และมีความเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจความสมบูรณ์อีกครั้ง เพื่อทำการวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม และนำมาประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370 คน พบว่าเป็นชาย จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 และเป็นหญิง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 ส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาอายุมากกว่า 40 ปี มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และ 20 - 30 ปี มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 ส่วนใหญ่มืออาชีพเกษตรกร มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาอาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 และพนักงาน/ราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 -30,000 บาท มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 -40,000 บาท มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 -50,000 บาท มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 เป็นลำดับสุดท้าย

2. ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถรายงานเป็นตารางดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์

สรุปผลความพึงพอใจในการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
ความสะดวกที่รับจากการบริการ	3.69	0.74	มาก	4
การประสานงานของการบริการ	3.86	0.73	มาก	3
ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	3.66	0.83	มาก	5
อัธยาศัยของผู้ให้บริการ	4.56	0.74	มากที่สุด	1
คุณภาพการบริการ	4.50	0.76	มากที่สุด	2
รวม	4.05	0.76	มาก	

สรุปผลความพึงพอใจในการใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.05 , S.D.=0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านอรรถาธิบายของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.56 , S.D. = 0.74) มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.50 , S.D. = 0.76) มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านการประสานงานของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.73) มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านความสะดวกที่ได้รับจากบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 3.86 , S.D. = 0.73) มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 3.66 , S.D. = 0.83) มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมผู้ให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคลของผู้ตอบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากความพึงพอใจในการใช้บริการย่อมแตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยผู้ที่มีเพศต่างกันย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกันออกไป ส่วนผู้ที่มีอายุต่างกัน ย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่เปลี่ยนไปตามประสบการณ์ในการเคยมาใช้บริการ นอกจากนี้อาชีพต่างกัน ย่อมมีแนวคิดค่านิยมของความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันออกไปตามอาชีพที่ประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโซโลมอน(Solomon, 2007) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคณทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน ส่วนอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการตระหนักถึงความต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากส่วนประสมทางการตลาดซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้ให้บริการเกิดความต้องการของบริการ หรืออาจกล่าวได้ว่าสิ่งกระตุ้นทางการตลาดเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสรา สุธะศรีนวล (2554) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดถือว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการตระหนักถึงความต้องการมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน แก้ไขปัญหา และปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยควรให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมทั้งพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถให้บริการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้ข้อมูลแก่ผู้ให้บริการให้มีความถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย และทั่วถึง รวมทั้งควรพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ควรนำข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการมาวิเคราะห์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการให้บริการให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการแต่ละกลุ่ม เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน อาจมีความต้องการและความคาดหวังต่อการให้บริการที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพิ่มเติม เช่น คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ของธนาคาร ความเชื่อมั่น การรับรู้คุณค่า และความภักดีของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผลการศึกษามีความครอบคลุมและสามารถอธิบายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เช่น สภาพเศรษฐกิจ นโยบายขององค์กร การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาอื่นหรือสถาบันการเงินอื่นในจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในแต่ละบริบท

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2560). พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2568 จาก <https://www.baac.or.th>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2567). จำนวนลูกค้าของธนาคาร. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2568 จาก <https://www.baac.or.th>
- สรชา สุขศรีนวล. (2554). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- Solomon, M. R., White, K, Dahl, D. W., Zaichkowsky, J. L., & Polegato, R. (2017). Consumer behavior: Buying, having, and being. Boston, MA: Pearson

**คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์**

**Entrepreneurial characteristics and success stories of small and
medium-sized enterprises in Phetchabun Province.**

¹พลศักดิ์ จันทร์จวง และ ²สุวิจักขณ์ จันทรมณี

¹Phunsak Chanchuang and ²Suwijak Chantaramanee

นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Master of Education in Educational Administration, Ubon Ratchathani Rajabhat University

Corresponding author e-mail: phunsak.cha@thaimooc.ac.th โทร. 099-2352476

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Lecturer of Faculty of Education, Phetchabun Rajabhat University

e-mail : thakurn.anu@pcru.ac.th โทร : 0813576171

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน และผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก ด้านการมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ด้านความกล้าเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการทำงานเชิงรุก อยู่ในระดับมาก และด้านความกล้าที่จะแข่งขัน อยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์; ความสำเร็จของผู้ประกอบการ; คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ABSTRACT

This quantitative research aims to study the personal factors, entrepreneurial characteristics, and success of small and medium-sized enterprises in Phetchabun Province. The sample consisted of 400 SME entrepreneurs in Phetchabun Province, selected using stratified random sampling. Data was collected via questionnaires, and statistical analysis included mean and standard deviation. The findings revealed a high level of opinion regarding entrepreneurial characteristics. Individually, aspects such as managerial autonomy, innovation, risk-taking, proactive work, and competitiveness were all rated highly. Overall, the level of opinion regarding the success of SME entrepreneurs in Phetchabun Province was also high.

Keywords: Small and medium-sized enterprises in Phetchabun Province;
Entrepreneurial success; Entrepreneurial characteristics

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เป็นภาคส่วนธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยในฐานะกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากฐานราก สะท้อนผ่านมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อ GDP ประเทศที่มากกว่าร้อยละ 35 ในปี 2565 และเป็นแหล่งจ้างงานถึงร้อยละ 71 ของการจ้างงานทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ภายใต้แผนส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (2560-2564) และแผนเฉพาะกิจปี 2564-2565 ซึ่งเป็นช่วงเผชิญความผันผวนจากโควิด-19 และปัญหาเศรษฐกิจโลก พบว่าผลลัพธ์บางด้านยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยเฉพาะสัดส่วนสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อรวมที่ลดลงจากร้อยละ 33 เหลือเพียงร้อยละ 19 ในปี 2565 ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายด้านการเข้าถึงแหล่งทุนของผู้ประกอบการ SME (ชาคร เลิศนิทัศน์, 2566)

ปัญหาสำคัญที่ SME ไทยเผชิญโดยทั่วไปมี 6 ด้าน ได้แก่ การตลาด เงินทุน แรงงาน เทคโนโลยีการผลิต การจัดการ และการรับรู้ข่าวสารข้อมูล (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง โดยเฉพาะภาคเกษตรและการท่องเที่ยว ตัวอย่างที่โดดเด่นคือมะขามหวาน สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ที่จังหวัดเพชรบูรณ์ผลิตได้เป็นอันดับ 1 ของประเทศ ด้วยพื้นที่เพาะปลูกกว่า 90,000 ไร่ ผลผลิตกว่า 30,000 ตัน และเกษตรกรผู้ปลูกกว่า 10,000 ราย รวมถึงตัวอย่างความสำเร็จของผู้ประกอบการในพื้นที่ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปมะขามบ้านซับชมภูที่สามารถสร้างกำไรได้ปีละเกือบ 4 ล้านบาท สะท้อนโอกาสในการต่อยอดธุรกิจของ SME ในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม

SME เพชรบูรณ์ยังคงเผชิญปัญหาลักษณะเดียวกับ SME ต่างจังหวัดทั่วไป ทั้งด้านเงินทุน การบริหารจัดการ และการขยายตลาด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567)

แม้แนวคิดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ของ Lumpkin & Dess (1996) จะถูกนำไปประยุกต์ใช้ศึกษาผลการดำเนินงานของ SME ไทยในหลายพื้นที่ เช่น จังหวัดนครพนม จังหวัดราชบุรี และภาคเหนือตอนบน ซึ่งผลการศึกษาส่วนใหญ่ยืนยันตรงกันว่าคุณลักษณะด้านนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และความเป็นอิสระในการบริหารงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินธุรกิจของ SME แต่งานวิจัยเหล่านี้ยังจำกัดอยู่ในบริบทพื้นที่เศรษฐกิจเมืองหรือภูมิภาคอื่นเป็นหลัก ในขณะที่จังหวัดเพชรบูรณ์ซึ่งมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเป็นหลัก ยังไม่ปรากฏงานวิจัยที่นำกรอบแนวคิดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมาศึกษาอย่างเป็นระบบ งานวิจัยและโครงการที่มีอยู่ในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเชิงปฏิบัติการหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมากกว่าการวิเคราะห์เชิงทฤษฎีเพื่อเชื่อมโยงคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง ทั้งด้านการเกษตร (มะขามหวาน ข้าวโพด ยางพารา) และการท่องเที่ยว (เขาค้อ ภูทับเบิก น้ำหนาว) ทำให้มีผู้ประกอบการ SME จำนวนมากเกิดขึ้นในหลากหลายอุตสาหกรรม ตั้งแต่ร้านอาหาร ที่พัก ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร ไปจนถึงธุรกิจค้าปลีกในตัวเมืองอย่างไรก็ตาม SME เพชรบูรณ์ก็เผชิญความท้าทายไม่ต่างจาก SME ในต่างจังหวัดอื่น ๆ ของไทย

สรุปปัญหา SME ในจังหวัดเพชรบูรณ์สะท้อนภาพรวมของ SME ต่างจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งเรื่องเงินทุน การมีอิสระในการบริหารงาน ความกล้าเสี่ยง การทำงานเชิงรุก การมีนวัตกรรม เทคโนโลยี การแข่งขัน และแรงงาน แต่ในทางกลับกัน จังหวัดเพชรบูรณ์ก็มีจุดแข็งด้านทรัพยากรธรรมชาติ การท่องเที่ยว และผลผลิตทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์ หากผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากหน่วยงานสนับสนุน เช่น สสว. พาณิชย์จังหวัด และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ควบคู่กับการปรับตัวด้านดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ก็จะสามารถเปลี่ยนความท้าทายเหล่านี้ให้เป็นโอกาสทางธุรกิจได้ในระยะยาว (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2568)

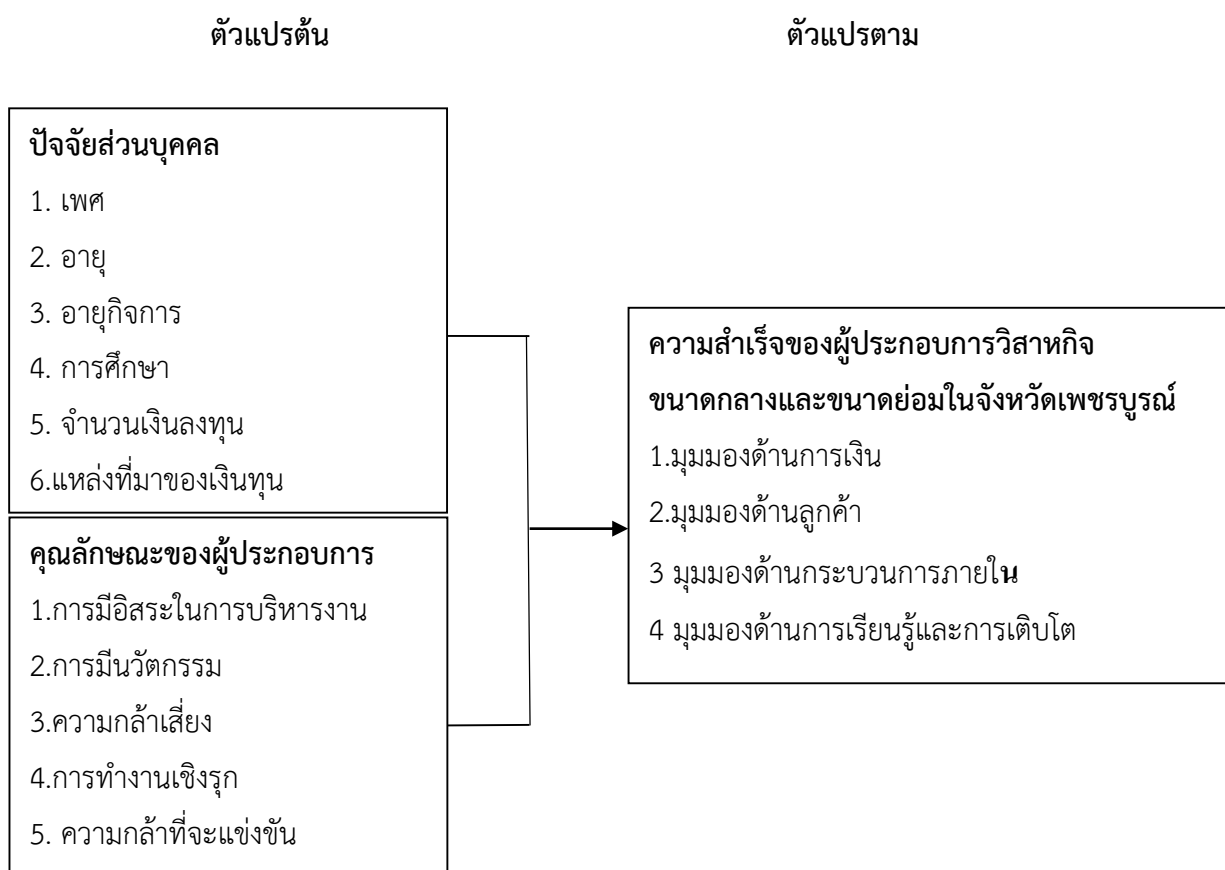
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการประกอบด้วย 5 ด้านของ Lumpkin & Dess (1996) มี 4 ด้าน ได้แก่ 1) การมีนวัตกรรม คือการสร้างสรรคสินค้าหรือบริการใหม่จากเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ 2) ความกล้าเสี่ยง คือความกล้าตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน เช่น การลงทุนหรือกู้ยืมเพื่อขยายกิจการ 3) การทำงานเชิงรุก คือการมองหาโอกาสทางธุรกิจล่วงหน้าเพื่อเป็นผู้นำตลาด และ 4) ความเป็นอิสระในการบริหารงาน คือการมีอิสระในการตัดสินใจเพื่อผลักดันธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย 5) ความกล้าที่จะแข่งขัน คือผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นพยายาม ให้กิจการมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งในตลาด ซึ่งเป็นแนวทางที่สะท้อนศักยภาพและพฤติกรรมของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจให้สามารถปรับตัวและแข่งขันได้อย่างเหมาะสม ส่วนความสำเร็จของผู้ประกอบการใช้แนวคิด Balanced Scorecard (BSC) ของ Kaplan และ Norton ซึ่งพิจารณาความสำเร็จใน 4 มิติ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมุ่งหวังให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและเพิ่มความสำเร็จของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การมีอิสระในการบริหารงาน การมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และความกล้าที่จะแข่งขัน ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ณ ปี 2569 จำนวน 30,522 ราย(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2568)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยจากจำนวนประชากรมีจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีของ Yamane (Yamane ,1973) ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ เท่ากับ 400 ตัวอย่าง และ วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนที่

3 แบบสอบถามความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์ แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

การหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of items-Objective Concruency: IOC) ได้ค่าระหว่าง 0.66-1.00 จากนั้นทดลองใช้ (try-out) กับจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 30 คนจากนั้นผู้วิจัยได้คำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.96

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประสานงานของแต่ละสถานประกอบการและขอความกรุณาติดตามทวงถามเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน ในเดือนสิงหาคม จำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้และมีความเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่าง ๆ และสถิติเพื่อตรวจสอบ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยมีรายละเอียด ได้แก่การวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน ผู้วิจัยนำสถิติเชิงพรรณนามาใช้ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐานปัจจัยส่วนบุคคล และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้

1. ผลการข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 และเป็น LGBTQ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ถัดมาคือ อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 และอายุระหว่าง 20-30 ปี กับ 31-40 ปี มีจำนวนเท่ากันคือ 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ถัดมาคือระดับปริญญาเอก จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 รองลงมาคือ 5-10 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกเงินลงทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินลงทุนมากกว่า 400,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รองลงมาคือ 50,001-100,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ถัดมาคือ 20,001-50,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 และ 100,001-300,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนกลุ่มที่มีเงินลงทุนน้อยกว่า 20,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกแหล่งเงินทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินของรัฐ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 รองลงมาคือ กู้เงินยืมจากสหกรณ์/กองทุนหมู่บ้าน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ถัดมาคือ เงินออมของครอบครัว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 และเงินทุนส่วนตัว จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 เป็น

2. ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์สามารถ รายงานเป็นตาราง ดังนี้ ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน	3.79	0.97	มาก
2.ด้านการมีนวัตกรรม	3.65	0.96	มาก
3.ด้านความกล้าเสี่ยง	3.66	1.06	มาก
4.ด้านการทำงานเชิงรุก	3.62	0.98	มาก
5.ด้านความกล้าที่จะแข่งขัน	3.58	1.03	มาก
รวม	3.66	1.00	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 รองลงมาเป็นด้านความกล้าเสี่ยง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06 ด้านการมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 ด้านการทำงานเชิงรุก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 และด้านความกล้าที่จะแข่งขัน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จของ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์

ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. มุมมองด้านการเงิน	3.67	1.01	มาก
2. มุมมองด้านลูกค้า	3.59	0.98	มาก
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน	3.64	0.98	มาก
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต	3.66	1.03	มาก
รวม	3.64	1.00	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มุมมองด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 ซึ่งเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 มุมมองด้านกระบวนการภายใน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 และมุมมองด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 เป็นลำดับสุดท้าย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

เป็นส่วนใหญ่ และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลานาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รตนมณฑ โพธิจินดา (2567) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาประกอบกิจการ และประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่สั่งสมมา เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

จากผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการมีอิสระในการบริหารงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านการทำงานเชิงรุก และด้านความกล้าที่จะแข่งขันมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุวดี มินสาคร (2568) และ จริย์ภัทร์ จุฑาธนัญญ์ (2567) ที่พบว่าระดับปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ อาทิ ด้านอิสรภาพในการบริหารงาน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านการทำงานเชิงรุก ล้วนมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาลำดับความสำคัญรายด้าน ผลการศึกษาค้นครั้งนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ นิวัรัตน์ วิจิตรกุลสวัสดิ์ (2567) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าด้านความกล้าที่จะแข่งขันเป็นด้านที่ส่งผลสูงสุด ในขณะที่ด้านการมีอิสระในการบริหารงานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อันตรงข้ามกับผลการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดเพชรบูรณ์ซึ่งเป็นจังหวัดในภูมิภาค อาจให้ความสำคัญกับความเป็นอิสระในการตัดสินใจและบริหารจัดการกิจการด้วยตนเองมากกว่าการมุ่งเน้นกลยุทธ์เพื่อเอาชนะคู่แข่งโดยตรง ซึ่งอาจเป็นลักษณะที่พบมากกว่าในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสภาพการแข่งขันทางธุรกิจสูงกว่า

จากผลการศึกษา พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจตามมุมมองทั้ง 4 ด้าน (Balanced Scorecard) อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมุมมองด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุวดี มินสาคร (2568) และ จริย์ภัทร์ จุฑาธนัญญ์ (2567) ที่พบว่าระดับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าแม้ผู้ประกอบการ SMEs จะมีข้อจำกัดด้านเงินทุนและทรัพยากรเมื่อเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่สามารถบริหารจัดการให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงาน

ได้ในระดับที่น่าพึงพอใจ โดยเฉพาะด้านการเงินซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรมและสะท้อนผลการดำเนินงานได้ชัดเจนที่สุด

ทั้งนี้ ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิวัฒน์ วิจิตรกุลสวัสดิ์ (2567) ที่ระบุว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องกล้าที่จะแข่งขันและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความได้เปรียบและนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินกิจการ ซึ่งแม้ในการศึกษารั้งนี้ด้านความกล้าที่จะแข่งขันจะมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในกลุ่มคุณลักษณะผู้ประกอบการ แต่ก็ยังคงอยู่ในระดับมาก จึงเป็นข้อเสนอแนะที่ผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบูรณ์ควรพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรรักษาจุดแข็งด้านการมีอิสระในการบริหารงานไว้ โดยส่งเสริมให้บุคลากรมีอำนาจตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างคล่องตัว ไม่ต้องรอคำสั่งจากผู้บริหารทุกขั้นตอน เพื่อให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว
2. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยมีการวิเคราะห์คู่แข่งอย่างเป็นระบบ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชัดเจน และติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้
3. ผู้ประกอบการควรส่งเสริมความมีนวัตกรรมและการทำงานเชิงรุกควบคู่กันไป โดยการติดตามแนวโน้มความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ พร้อมยอมรับความเสี่ยงที่มีเหตุผลรองรับ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง
4. ผู้ประกอบการควรรักษาแนวทางการควบคุมต้นทุนและเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสำเร็จด้านการเงินซึ่งเป็นมุมมองที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดให้คงอยู่ในระยะยาว
5. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เช่น การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และการปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้รวดเร็วและตรงตามความต้องการ เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและสร้างความพึงพอใจสูงสุด
6. ผู้ประกอบการควรพัฒนาบุคลากรและกระบวนการภายในควบคู่กันไปตามแนวทาง Balanced Scorecard เพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างสมดุลในทุกมิติ ทั้งด้านการเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการเติบโต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1) เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้จำกัดขอบเขตเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์โดยรวม ไม่ได้เจาะจงประเภทของธุรกิจ (เช่น ธุรกิจเกษตรแปรรูป ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจค้าปลีก) การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรเจาะจงประเภทธุรกิจ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สะท้อนบริบทเฉพาะของแต่ละอุตสาหกรรมในพื้นที่ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2) ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยนี้ เช่น ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ (สสว.) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หรือวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้ครอบคลุมปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเพชรบูรณ์ได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกตุวดี มินสาคร, และปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมการวิจัยเพื่อสังคม*, 1(6), 26-38.

จริย์ภัสร์ จุฑาธนัญญ์, นัทธหทัย อัครธนเดชสิทธิ์, เตือนใจ แสงทอง, และสฤष्ฎ์ ตะเส. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 6(2), 387- 400.

ชาคร เลิศนิทัศน์. (2566). *SME ไทยกับการกิจสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลง. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ)*
<https://tdri.or.th/2023/09/economic-sme-article/>

นิวรรตน์ วิจิตรกุลสวัสดิ์, บวรลักษณ์ เสนาะคำ, ริญญานุภัทร์ ปยุตวรเศรษฐ์, และสายใจ แจ่มสุ ทิมล. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 6(1), 109-120.

รตนมณฑิ โพธิจินดา, ดารินทร์ โพธิ์ตั้งธรรม, และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย. (2567). แนวทางและ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม* (น. 1293-1304). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

รสสุคนธ์ ฤณะแก้ว, ภัทรานิษฐ์ กิตติธิตินันท์, และสุภารัตน์ แสงแก้ว. (2567). อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดลำพูน. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 19(70), 59-70.

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(ISMED).

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2567). *กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปมะขามบ้านชัยมงคล จ.เพชรบูรณ์ ยกระดับเศรษฐกิจฐานราก เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรท้องถิ่น สร้างกำไรปีละ 3.98 ล้านบาท*.
<https://coaching.oae.go.th/กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูป/>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2568). *สถานการณ์และแนวโน้มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.).
<https://www.sme.go.th/>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>

แนวทางการมีส่วนร่วมของพระสงฆ์ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน Guidelines for the Participation of Buddhist Monks in Enhancing the Quality of Life of the People

¹สุมาลัย ใหม่ศิริ

Sumalai Maisiri

แขวงทางหลวงชนบทเพชรบูรณ์

Phetchaboon Office of Rural Roads

Waritsaramaisiri@gmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันพระสงฆ์เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อวิธีชาวบ้าน หรือคนในชุมชนนั้นๆ เนื่องด้วยพระสงฆ์ถือว่าเป็นผู้นำทางด้านจิตวิญญาณที่สำคัญที่จะชักนำให้ประชาชนหรือชาวบ้านเจริญรอยไปด้วยความเจริญ มีความสุข ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการที่พระสงฆ์นั้นเป็นได้ทั้งนักปฏิบัติ นักสอน และนักพัฒนาอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ ทั้งความรู้ทางคัมภีร์ทางธรรม และคัมภีร์ทางโลก จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นผู้นำชุมชนเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นปูชนียบุคคลที่ควรเคารพยิ่ง สามารถสรุปได้จากบทบาทของพระสงฆ์ที่มีมาแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ บทบาทที่เกี่ยวข้องกับชาวบ้านและท้องถิ่น 5 ด้าน คือ 1) บทบาทของพระสงฆ์ด้านการศึกษา 2) บทบาทของพระสงฆ์ด้านการเผยแผ่ธรรมะ 3) บทบาทของพระสงฆ์ด้านสังคมสงเคราะห์ 4) บทบาทของพระสงฆ์ด้านพัฒนาจิตวิญญาณ และ 5) บทบาทของพระสงฆ์ด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นหน้าที่ของพระสงฆ์ที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับประชาชน เช่น การอบรมคุณธรรมจริยธรรม การพัฒนาหมู่บ้าน การพัฒนาตำบล การช่วยจัดหาทุนการสงเคราะห์ การช่วยเหลือสถานที่ที่เป็นสาธารณสมบัติ การช่วยเหลือประชาชนในโอกาสที่ควรช่วย การจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น จึงทำให้พระสงฆ์เองซึ่งเดิมเป็นผู้ที่ชาวบ้านเคารพนับถือแล้ว ยิ่งเพิ่มความเคารพยำเกรง ยกย่องให้เป็นผู้นำจิตวิญญาณขึ้นไปอีก และเป็นปูชนียบุคคลที่ดีของผู้คน ชุมชน และสังคมสืบไป

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม, พระสงฆ์, คุณภาพชีวิต

ABSTRACT

In present, the monks played an important role on the folkways or people in community because the priest was considered as a spirit leader who able to lead people or villagers to follow in the footsteps of progress and happiness. In order that, according to the priest were practitioner, instructor and developer at the same time which was arising from the experiences in dharma case and lawsuits, we could say that the priests were the symbolic community leaders who were the respectable venerable person. This can be concluded from the role of a priest in 5 priests' roles which involved with villagers and local people from the past to the present, namely; 1) priests' roles in education 2) priests' roles in propagation of Dharma 3) priests' roles in social welfare 4) priests' roles in spiritual development and 5) priests' roles in promoting cultural preservation and the environment. These were the duty of the priest to get involvement with people, such as ethics training, village development, village development, local development, helping to provide capital relief, helping the public domain, public assistance in the occasion that should help, managing various activities, etc. These mentioned activities made even more revered to the priests who were the local persons in each village to be the spiritual leaders and good venerable persons of people, communities and society.

Keywords: Participation, Monks, Quality of Life

บทนำ

พระสงฆ์ สาวกของพระผู้มีพระภาคเจ้า เป็นผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ เป็นผู้บรรลुरुทธตามและสอนให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม ให้ผู้คนตั้งอยู่ในความเจริญและดีงาม พระสงฆ์มี 2 ประเภท คือพระอริยสงฆ์ ได้แก่พระสงฆ์ที่ได้บรรลุคุณวิเศษในระดับต่างๆ ที่เรียกว่า พระโสดาบันบ้าง พระสกทาคามีบ้าง พระอนาคามีบ้าง และพระอรหันต์บ้าง ส่วนสมมติสงฆ์ ได้แก่พระสงฆ์ปฏิบัติชอบตามพระธรรมวินัยแต่ยังไม่ถึงขั้นบรรลุคุณวิเศษในระดับต่างๆ ซึ่งเมื่อกล่าวโดยทั่วๆ ไปแล้ว ก็ได้แก่พระภิกษุสงฆ์สามเณรในสังคมปัจจุบันนั่นเอง (คุณ โทษณ์, 2537) พระสงฆ์เกิดขึ้นเพราะพระพุทธระณะ พระธรรมรัตนะอุบัติขึ้นเป็นความอุบัติขึ้นครอบงำพระรัตนตรัย หลังจากมีพระสงฆ์เกิดขึ้นในโลกแล้ว พระพุทธเจ้าก็ได้ทรงวางแบบแผนวางเป้าหมาย กำหนดบทบาทให้ภิกษุทั้งหลายได้ทำหน้าที่ทั้งที่เป็นประโยชน์ส่วนตนและประโยชน์แก่ผู้อื่น ดังนั้นพระสงฆ์จึงเริ่มมีบทบาทตั้งแต่นั้นมา แต่ในสังคมปัจจุบันพระสงฆ์มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนมากขึ้น ทำให้มหาเถรสมาคมกำหนดบทบาทหน้าที่ของพระสงฆ์ 6 ด้านด้วยกัน ซึ่งด้านที่เป็นหน้าที่ของพระสงฆ์ที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับประชาชน คือ ด้านสาธารณ

สงเคราะห์ การสาธารณสงเคราะห์นี้ ให้เจ้าคณะพระสังฆาธิการพิจารณาจัดการสงเคราะห์ตามควรแก่โอกาส เช่น

1. การพัฒนาหมู่บ้าน การพัฒนาตำบล การช่วยจัดหาทุนการสงเคราะห์ การป้องกันภัยยาเสพติด เช่น ยาบ้า การช่วยป้องกันโรคเอดส์ เป็นต้น

2. การช่วยเหลือสถานที่ที่เป็นสาธารณสมบัติ เช่น การสร้างถนนหนทาง ขุดลอกคูคลอง สร้างฌาปนสถาน สร้างการประปา สร้างเครื่องกำเนิดไฟฟ้า เป็นต้น

3. การช่วยเหลือประชาชน ในโอกาสที่ควรช่วย เช่น การประสพอุทกภัยหรือช่วยคนชราหรือคนพิการ การสาธารณสงเคราะห์จะต้องจัดเพื่อความเรียบร้อยดีงามและไม่ขัดต่อพระธรรมวินัยและความสงบสุขของบ้านเมือง จึงจะถือว่าเป็นไปด้วยความถูกต้อง และเป็นการสาธารณสงเคราะห์ของคณะสงฆ์ ดังนั้น จำเป็นต้องมีการดูแลให้เป็นไปในลักษณะเหมาะสมและควรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนตามสมควร กรรมการโดยตำแหน่งผู้ทรงคุณวุฒิ 5-9 คนเป็นกรรมการ สำหรับผู้ควบคุมและส่งเสริม มีคณะกรรมการอำนวยการระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ผู้อำนวยการภาค และคณะกรรมการอำนวยการอบรมประชาชนกลาง (พระธรรมปริยัติโสภณ (วรวิทย์ คงคปญโญ), 2548)

พระสงฆ์จึงเป็นบุคลากรหนึ่งที่มีบทบาทถูกยกขึ้นมาให้เป็นนักพัฒนา ในอดีตพระสงฆ์จะเป็นนักพัฒนาทางด้านจิตใจ คอยให้การอบรมบ่มธรรมะรวมถึง ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ที่อาจจะเรียกว่าเป็นสังคมแบบเก่าไปแล้ว และนั่นคือสิ่งที่เรามองเห็นบทบาทของพระสงฆ์ เพราะมีภาวะความเป็นผู้นำที่วัดจากศีล คุณธรรมจริยธรรม และความรู้ได้ที่ได้รับความเคารพและความน่าเชื่อถือ ในสมัยอดีตจะเห็นได้ว่าการเรียน การให้ความรู้ การแพทย์ การประชุมและการทำกิจกรรมของชาวบ้านจะอิงอยู่กับวัดคือมีวัดเป็นศูนย์กลาง และพระสงฆ์ยังเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วย

บทบาทดังกล่าว เราจะเห็นได้ว่าสังคมแบบเก่านั้นมีอะไรที่แตกต่างไปกับสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมากในแง่ของความสุข เวลา การปฏิสัมพันธ์ ปัญหาที่เกิดขึ้นจึงน้อย ผู้คนมีความเคารพยำเกรงซึ่งกันและกันหรืออย่างที่เราเรียกกันว่าประเพณีเชลฐาปายินธรรมนั่นเอง (มีความเคารพนอบน้อมต่อผู้ใหญ่) สรุปว่า คนในชุมชน สังคม ต่างคนต่างรู้หน้าที่ของตน หน้าที่ของกันและกัน ว่าควรหรือต้องอย่างไร จึงจะทำให้เกิดประโยชน์สุขแก่ตนเองและผู้อื่นต่อไป

ดังนั้นการพัฒนาจึงต้องมีการวางแผนเป้าหมายในการพัฒนาและสิ่งที่ควรพัฒนาเป็นประการแรก คือการพัฒนาคนเพื่อนำศักยภาพของคนมาใช้ในการบริหารงาน ดังปรากฏตามที่ ท่านเจ้าคุณพระพรหมคุณาภรณ์ อธิบายไว้ โดยสรุปว่า นอกจากการมีเศรษฐกิจเจริญได้ และธรรมชาติก็อยู่ดีคู่กันไปในั้น ต้องเริ่มมาจากการพัฒนาคน และต้องพัฒนาแบบองค์รวม ซึ่งเป็นการพัฒนาทางพฤติกรรม จิตใจ และปัญญา ให้ประสานเกื้อหนุนสอดคล้องกัน จึงเป็นหนทางที่ทำให้การพัฒนาถูกต้องและยั่งยืน นำไปสู่อารยธรรมที่ยั่งยืน (พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), 2543) ถ้าจะแก้ปัญหาลงโลกให้สำเร็จนำมามนุษย์ไปสู่ชีวิตที่ดีงามมีความสุขอย่างอารยชนผู้มีอารยธรรมที่แท้จริงได้ มนุษย์ต้องดำเนินชีวิตเป็น

ระบบและต้องพัฒนาให้เกิดประโยชน์เกื้อกูลโยงประสานกันครบทั้งสามด้าน คือ ตัวมนุษย์เอง สังคม สิ่งแวดล้อม และการพิจารณาให้ตลอดรวม เรียกว่า ระบบองค์รวมสมบูรณ์

เมื่อพิจารณาจากหลักการพัฒนาคนแล้ว จึงเป็นเรื่องสำคัญยิ่งที่พระสงฆ์ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเริ่มที่การพัฒนาองค์กรวัดซึ่งถือเป็นหนึ่งในท้องถิ่นให้ดีขึ้นก่อน พระสงฆ์เองก็ควรปรับบทบาทของตนในยุคที่เป็นสังคมแบบใหม่ที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อประยุกต์ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาให้เข้าทันกับยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือที่เรียกว่า ยุคโลกาภิวัตน์ และเพราะเหตุนี้จึงเป็นสาเหตุหลักที่พระสงฆ์ควรที่จะพัฒนาตนเองในรูปแบบใหม่ในแง่ของการได้รับการยอมรับจากภายนอกคือความรู้ความสามารถ และในภายใน คือ คุณธรรมจริยธรรมที่มีอยู่ในตัวเป็นการปรับตัวเพื่อให้รู้ทั้งศาสตร์ทางธรรมและทางโลกที่จะนำมาใช้บูรณาการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ชุมชน และสังคมนั้นๆ ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชน ถือเป็นหลักการที่ให้ความสำคัญ และเป็นประเด็นหลักที่สังคมไทยให้ความสนใจเพื่อพัฒนาการเมืองเข้าสู่ระบอบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมตามหลักการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนร่วมรับรู้ ร่วมคิด และร่วมตัดสินใจเพื่อสร้างความโปร่งใสและเพิ่มคุณภาพการตัดสินใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ดีขึ้น และเป็นที่ยอมรับร่วมกันของทุกๆ ฝ่าย ในการบริหารราชการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 จึงให้ความสำคัญต่อการบริหารราชการที่โปร่งใส สุจริต เปิดเผยข้อมูล และการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะ การตัดสินใจทางการเมือง รวมถึงการตรวจสอบ และการใช้อำนาจอธิปไตยในระดับ การมีส่วนร่วมนั้นมีหลากหลายนิยามและรูปแบบรวมถึงวิธีการเข้าไปมีส่วนร่วม กลไก กระบวนการ วิธีการของการมีส่วนร่วม ซึ่งจากการศึกษาจากตำรา เอกสาร พบว่ามีผู้ให้ความหมายและนิยามไว้ดังต่อไปนี้

การมีส่วนร่วม หมายถึง ความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotional Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องเป็นเหตุเร้าให้กระทำการ (Contribution) ให้บรรลุจุดหมาย ของกลุ่มนั้นกับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2544) และยังเป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มคนที่เห็นพ้องต้องกันเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบในการดำเนินงาน (วรรณิการ์ ภูมิวงศ์พิทักษ์, 2540) หรือการที่สมาชิกทุกคนในชุมชนสามารถมีโอกาสเข้าร่วมดำเนินการและมีอิทธิพลในกิจกรรมและกระบวนการพัฒนา ทั้งยังได้รับผลแห่งการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันด้วย ทั้งนี้การมีส่วนร่วมสามารถมีได้หลากหลายรูปแบบ โดยครอบคลุมไปถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การให้คำปรึกษา และให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วม (United Nation, 1981) ทั้งนี้การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน เพราะประชาชนให้ความสำคัญกับบทบาทการเข้ามามีส่วนร่วมที่มีลักษณะเหมือนกันและใกล้เคียงกันได้แก่ร่วมประชุม ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมออกเงิน ร่วมเป็นกรรมการ หรือเป็นสมาชิก ร่วมเป็นผู้นำ ร่วมเป็นผู้สัมภาษณ์ ร่วมชักชวนเพื่อนบ้าน ร่วมเป็นผู้บริโภค ร่วมเป็น

ผู้ใช้แรงงาน ร่วมออกวัสดุอุปกรณ์ ร่วมประสานงาน ร่วมรับผิดชอบ ร่วมติดตามและประเมินผล ร่วมดูแลรักษาและทะนุบำรุง (ปรัชญา เวสารัชช์, 2528) และการมีส่วนร่วมจะช่วยสร้างพลังจิตให้ร่วมกันปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการยินยอมปฏิบัติตามคำสั่ง นอกจากนี้การมีส่วนร่วมจะช่วยกระตุ้นให้บุคคลสนับสนุนเป้าหมายตลอดจนวัตถุประสงค์ร่วมขององค์กรด้วย นอกจากนี้ความหมายดังกล่าวจะเห็นว่าการมีส่วนร่วมปฏิบัติงานในองค์การประกอบด้วย สาระสำคัญ 3 ประการ 1) การมีส่วนร่วมในด้านการแสดงความคิดเห็น 2) การมีส่วนร่วมช่วยให้เกิดการยอมรับในเป้าหมาย และ 3) การมีส่วนร่วมช่วยให้เกิดความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบ (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, 2531)

ในขณะเดียวกันการมีส่วนร่วมเป็นผลมาจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องความต้องการและทิศทางการเปลี่ยนแปลง ซึ่งความเห็นพ้องต้องกันนั้นต้องมีมากพอจนเกิดการริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติกล่าว คือ ต้องเห็นพ้องต้องกันของคนส่วนใหญ่ที่จะเข้าร่วมปฏิบัติการนั้นและเหตุผลที่คนมาร่วมปฏิบัติการจะต้องมีความตระหนักว่า ต้องปฏิบัติการโดยกลุ่มหรือในนามของกลุ่มหรือกระทำผ่านองค์กร ดังนั้นองค์กรจะต้องเป็นเสมือนตัวทำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการ (อาภรณ์ พันธุ์ จันทร์สว่าง, 2542) การมีส่วนร่วมของประชาชนมีหลายระดับขึ้นอยู่กับรัฐที่จะยอมให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในระดับใดได้บ้าง ในอดีตโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาประเทศส่วนใหญ่กำหนดขั้นตอนโดยเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องและให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ สามารถแบ่งออกเป็นระดับได้ 2 ระดับ คือ

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับต่ำ หมายถึง หน่วยงานรับเป็นฝ่ายริเริ่ม คิดตัดสินใจให้มีโครงการหรือกิจกรรมขึ้นมา และเห็นว่าสมควรจะให้ประชาชนมีส่วนร่วมดำเนินการด้วยจึงให้แจ้งและมอบหมายให้ประชาชนเข้ามาดำเนินการ

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับสูง หมายถึง ประชาชนเป็นฝ่ายคิดริเริ่มตัดสินใจและดำเนินโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ (Bottom-up Approach) หลักการนี้จะเป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพสูงแต่มีปัญหาอีกเช่นนั้น นั่นคือการดำเนินการนั้นในบางครั้งจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนจากรัฐ

จากระดับการมีส่วนร่วมข้างต้นจะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมทั้ง 2 ระดับจะสัมฤทธิ์ผลได้จะต้องอาศัยความร่วมมือของทั้ง 2 ฝ่าย นั่นคือ ทั้งฝ่ายรัฐและประชาชน สำหรับความร่วมมือในที่นี้คือรัฐต้องให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนและต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ร่วมพิจารณาตัดสินใจว่าจะให้มีหรือไม่ รัฐจะยอมให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในระดับใดได้บ้างและประชาชนพึงพอใจในระดับการมีส่วนร่วมที่รัฐให้เพียงใด เหล่านี้จึงต้องพิจารณาโดยยึดเอาระดับของการมีส่วนร่วมเป็นสำคัญด้วย การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา แยกออกเป็น 5 ระดับ คือ

- ระดับที่ 1 ร่วมรับรู้ หมายถึง รัฐได้ให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรมแก่ประชาชนเมื่อรัฐมีความคิดริเริ่มมีนโยบายที่จะให้มีโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ แล้วเปิดโอกาสให้

ประชาชนได้รับรู้โดยการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนหรือให้สิทธิแก่ประชาชนนั้นนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมด้วย เนื่องจากข้อมูลข่าวสารจะบอกถึงโครงการหรือกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้น ความจำเป็นและความสำคัญที่จะต้องให้มีโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ รวมถึงการดำเนินการและมาตรการต่างๆ ที่จะนำมาใช้เพื่อการพัฒนาอีกด้วย

ระดับที่ 2 ร่วมคิด ร่วมแสดงความคิดเห็น หมายถึง เมื่อประชาชนได้ร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรัฐแล้ว ประชาชนก็จะร่วมค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา ความจำเป็น และความต้องการที่ต้องให้มีโครงการหรือกิจกรรมนั้น พร้อมร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อหน่วยงานเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมหรือหน่วยงานหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจจะได้นำไปใช้ประกอบการพิจารณาต่อไป

ระดับที่ 3 ร่วมพิจารณา ร่วมตัดสินใจ หมายถึงร่วมพิจารณาเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับโครงการหรือกิจกรรม การเลือกพื้นที่ที่ตั้งโครงการ โดยเฉพาะประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ที่จะตั้งโครงการควรจะมีส่วนร่วมพิจารณาหรือปฏิเสธไม่ให้โครงการตั้งในพื้นที่ การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับนี้ในความถูกต้องแล้วมีความสำคัญมาก เนื่องจากประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณา ตัดสินใจ จนถึงการเลือกพื้นที่ตั้งโครงการเป็นเจ้าของที่ซึ่งได้รับผลประโยชน์หรือผลกระทบโดยตรงมากกว่าประชาชนอื่นๆ

ระดับที่ 4 ร่วมดำเนินการ หมายถึง ร่วมในการลงทุน ร่วมในการคัดเลือกผู้ปฏิบัติงานหรือร่วมปฏิบัติงานเอง ในระดับการมีส่วนร่วมนี้อาจจะทำได้ในทุกประเภทของโครงการ เช่น หากเป็นโครงการที่จำเป็นต้องใช้ผู้มีความรู้เฉพาะด้าน ผู้ชำนาญการ หรือใช้เทคโนโลยีขั้นสูงแล้วบางครั้ง เป็นความยุ่งยากที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมปฏิบัติงานได้ แต่หากเป็นโครงการหรือกิจกรรมระดับท้องถิ่นที่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านได้ ชาวบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่นก็เข้าร่วมกิจกรรมได้หรือเป็นการร่วมดำเนินการด้วยการลงทุนถือหุ้นก็ย่อมถือว่ามีร่วมดำเนินการได้

ระดับที่ 5 ร่วมติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล หมายถึง การร่วมตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินการตามโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ ว่าเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์หรือไม่การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเป็นอย่างมาก

การมีส่วนร่วมของประชาชนทั้ง 5 ระดับนี้ หากประชาชนได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยทุกระดับแล้วย่อมถือว่าเป็นการมีส่วนร่วมที่สมบูรณ์ตามแนวความคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน อย่างไรก็ตามการมีส่วนร่วมของประชาชนย่อมต้องคำนึงถึงประเภทโครงการหรือกิจกรรม กระบวนการดำเนินงานช่วงเวลาในการเข้าไปมีส่วนร่วม ระดับของการมีส่วนร่วมองค์กรหรือกลุ่มบุคคลหรือปัจเจกบุคคลที่มีส่วนร่วมและกฎหมายรองรับการมีส่วนร่วมของประชาชน (สุนีย์ มัลลิกะมายล์, 2545) ทั้งนี้รูปแบบการมีส่วนร่วมว่าสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ลักษณะการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine Participation) ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ถ้าหากไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจไม่ถือว่าเป็นการมีส่วนร่วมที่แท้จริงและการมีส่วนร่วมที่แท้จริงจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทุกขั้นตอน

2. การมีส่วนร่วมไม่แท้จริง เช่น (Non – Genuine Participation) การร่วมลงแขก ร่วมลงแรง ในการทำโครงการ การร่วมบริจาคเงิน หรือสิ่งของอื่นๆบางส่วน หรือร่วมบำรุงรักษาโดยไม่ได้ร่วมใน ขั้นตอนการตัดสินใจ (สุพรรณิ ไชยอำพร และสนธิ สมครการ, 2543)

ในขณะเดียวกัน การมีส่วนร่วมมี 4 ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ทุกขั้นตอนมีความสัมพันธ์โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมที่ขั้นตอนการตัดสินใจเป็นประการสำคัญ ซึ่งในแนวทางการมีส่วนร่วมนั้นมุ่งเน้นให้ประชาชนเป็นผู้คิดค้นปัญหา เป็นผู้ที่มีบทบาทในทุก ๆ เรื่อง ไม่ใช่ที่กำหนดให้ประชาชนปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทุกอย่างต้องเป็นเรื่องของประชาชนที่จะคิด ซึ่งแนวความคิดนี้มีกรอบพื้นฐานและการวิเคราะห์การมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย การริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร และการประสานขอความช่วยเหลือ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ประกอบด้วย ผลประโยชน์ทางวัตถุผลประโยชน์ทางด้านสังคม และส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เป็นการควบคุม ตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วม (Cohen, John M., & Uphoff, Norman T. 1989)

กล่าวโดยสรุป การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน เนื่องจากมีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม เช่น ประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าไปมีส่วนร่วม กลไกการมีส่วนร่วม เป็นต้นซึ่งการมีส่วนร่วมนั้น จะเชื่อมโยงทุกฝ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องกัน โดยเหตุผลและความจำเป็นของการมีส่วนร่วม ดังนั้น เมื่อพิจารณาแล้ว บุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมได้นั้น จะต้องประกอบด้วย หลักการมีส่วนร่วม 4 ประการ คือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

คุณภาพชีวิตของประชาชน

การดำรงชีวิตในระดับที่เหมาะสมของมนุษย์ ตามสภาพความจำเป็นพื้นฐานในสังคม ซึ่งสนองต่อสิ่งที่ต้องการทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและความคิดอย่างเพียงพอ จนก่อให้เกิดความสุขตลอดทั้งการมีสุขภาพทางร่างกายและจิตใจที่ดี

คุณภาพชีวิต แปลว่า ลักษณะของชีวิตที่มีคุณภาพหรือคุณสมบัติของชีวิตที่ดีหรือสิ่งที่ทำให้ชีวิตมีคุณภาพ หมายถึง องค์ประกอบและลักษณะต่างๆ ที่แสดงถึงสภาพของชีวิตที่ดำรงอยู่ด้วยดีเป็นส่วนร่วมที่เกื้อกูลซึ่งกันและกันสังคมและธรรมชาติมีความพร้อม และสามารถที่จะพัฒนาตัวเองให้เจริญงอกงามสู่ความสันติสุขและอิสรภาพ สมบูรณ์ (พระเทพเวที (ป.อ. ปยุตโต), 2533) ความเป็นอยู่ของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับสภาพทางการศึกษา อนามัย เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมทางชีวกายภาพ เชื้อชาติ

วัฒนธรรมและวิธีการเลี้ยงดูตามความเป็นจริงของชีวิตมนุษย์แล้วคุณภาพชีวิตนั้นขึ้นอยู่กับความพอใจของคนๆ นั้น ซึ่งความเป็นจริงอาจมีข้อแตกต่างกันไประหว่างอีกคนหนึ่งกับอีกคนหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปรียบเทียบระหว่างคนสองคน เพราะมีลักษณะสิ่งแวดล้อมทางชีวภาพกายที่ต่างกัน เชื้อชาติต่างกัน และวิธีการเลี้ยงดูต่างกันคุณภาพชีวิตมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ถ้าสิ่งแวดล้อมดีก็มีส่วนส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีได้ด้วย เพราะสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญในการมีชีวิตอยู่ของมนุษย์โดยอย่างยิ่งเป็นปัจจัยสี่ ซึ่งมนุษย์ทุกๆ คนมีความต้องการเป็นขั้นพื้นฐาน (เกษม จันทร แก้ว, 2544)

คุณภาพชีวิตเป็นการรับรู้ความพึงพอใจในชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะสุขภาพ โดยวัดจากความสามารถในการทำหน้าที่ต่างๆ ของร่างกาย ทักษะคติของตนเอง ต่อสุขภาพ ความพึงพอใจในชีวิต และความรู้สึกว่าตนเองได้รับการช่วยเหลือจากสังคม (Padilla, G.V., 1985) การที่บุคคลรับรู้คุณภาพในชีวิตตนเองว่าดี มีความพึงพอใจในชีวิต แต่ละบุคคลมีสภาวะสุขภาพกายและด้านวัตถุ (Physical and Material Well-Being) ในระดับดี ความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น และความสามารถที่จะมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม/ชุมชน/สังคมในกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งแต่ละบุคคลมีการพัฒนาตนเอง การทำให้บรรลุผลและการหาเวลาพักผ่อน (Burkhardt, C.S., 1985) และยังมีความรู้สึกพึงพอใจในชีวิตโดยทั่วไป การประเมินสภาวะจิตใจของบุคคล ด้านความพึงพอใจในชีวิตอื่น ๆ ภาวะทางกาย จิต สังคม และอารมณ์การประเมินโดยบุคคลอื่นว่าบุคคลมีสภาวะในการดำรงชีวิตเหมาะสมและชีวิตไม่ถูกคุกคาม (Meeberg, G.A., 1993) ขณะเดียวกันคุณภาพชีวิตเป็นความรู้สึกของการอยู่อย่างมีความสุข มีความพอใจต่อองค์ประกอบต่างๆ ของชีวิตที่เป็นส่วนสำคัญมากของบุคคล (UNESCO, 1978, p. 143) ขณะเดียวกันบุคคลมีความรู้สึกมีคุณค่าแห่งตน มีความมุ่งหมายในชีวิต และมีความวิตกกังวลน้อยที่สุด (Lewis, F., 1982,) ความรู้สึกมีความสุข (Sense of Well Being) ซึ่งมีผลมาจากความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในแต่ละด้านของชีวิตที่มีความสำคัญต่อบุคคลนั้นๆ (Ferrans, C.E., 1992, pp. 29-38) การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ สังคมและเศรษฐกิจ ในผู้สูงอายุคุณภาพชีวิตเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องคงไว้ ซึ่งความมีคุณค่าในตนเอง ความพอใจในชีวิตและความรู้สึกผาสุก(Hunter, S., 1982)

การพัฒนาคุณภาพชีวิต ถือว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ เพราะปัญหาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ส่วนใหญ่ก็มีสาเหตุมาจากมนุษย์นั่นเอง เช่น ปัญหาจำนวนประชากรมากเกินไป ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหา ทางสังคม รวมถึงค่านิยมต่างๆ ของสังคม ดังนั้นหากจะกล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ก็ควรพิจารณาที่องค์ประกอบคุณภาพชีวิตว่ามีสิ่งใดเป็นองค์ประกอบอยู่บ้าง มีหลายหน่วยงานได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตว่า ควรมีองค์ประกอบ แตกต่างกันไป

การที่ประชาชนจะมีคุณภาพชีวิตที่จะต้องมียาอาหารและโภชนาการที่เหมาะสม เครื่องนุ่งห่มที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม มีการดูแลสุขภาพกายและจิต การรักษาพื้นฐานการศึกษาเพื่อพัฒนาอาชีพความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การบริการพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อการประกอบอาชีพอย่างยุติธรรม และยังต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญอีก 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบทางด้านจิตวิสัย

หรือเรียกว่าองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาเป็นองค์ประกอบเชิงคุณภาพ และองค์ประกอบด้านวัตถุวิสัยหรือเรียกว่าองค์ประกอบด้านสังคม เศรษฐกิจการเมืองและสิ่งแวดล้อมเป็นองค์ประกอบเชิงปริมาณประกอบเชิงคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นองค์ประกอบเชิงปริมาณ (สุวรรณ เอี่ยมสุขวัฒน์, 2530, หน้า 27) โดยสรุปแล้วคุณภาพชีวิตที่ดีต้องประกอบไปด้วย 5 ประการ คือ

1. มาตรฐานการครองชีพ หมายถึง มาตรฐานความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันของประชากร เกี่ยวข้องกับรายได้ต่อบุคคล สุขภาพ การศึกษา ที่อยู่อาศัย และการสังคมสงเคราะห์ สิ่งต่างๆ นี้ เป็นส่วนสำคัญทำให้มาตรฐานการครองชีพของมนุษย์เปลี่ยนแปลงได้

2. การเปลี่ยนแปลงของประชากร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงประชากรอันเป็นผลมาจากการเกิด การตาย และการย้ายถิ่นที่อยู่อาศัย มีผลให้ประชากรเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เพิ่มจำนวนหรือลดลง การเปลี่ยนแปลงประชากรมีผลกระทบต่อสถานการณ์หลายด้านทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนการจัดบริการสาธารณสุขปัจจัยต่างๆ ล้วนมีผลต่อคุณภาพชีวิต

3. ระบบสังคมและวัฒนธรรม มนุษย์เมื่อรวมกันมากจำเป็นต้อง มีระบบ มีกฎเกณฑ์ที่เรียกว่ารูปแบบการปกครอง กฎหมาย และมีแนวปฏิบัติอันเกิดจากความเชื่อและศรัทธาในลักษณะเดียวกัน เพื่อให้การดำรงชีวิตร่วมกันมีความสงบสุขซึ่งจะนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดี

4. กระบวนการพัฒนา การพัฒนาเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น โดยจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องกันและสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคม สภาพแวดล้อมและทรัพยากร ด้านคุณภาพชีวิตทั้งระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน และประเทศนั้น ประชากรแต่ละกลุ่มจะต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายการมีคุณภาพชีวิตที่ดี

5. ทรัพยากร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติสมบูรณ์จะมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ จะมีผลทำให้มาตรฐานการดำรงชีวิตอยู่ในระดับสูง ประเทศใดมีสภาพตรงกันข้าม ก็จะมีมาตรฐานในการดำรงชีวิตอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้น ทรัพยากรจึงเป็นเครื่องกำหนดลักษณะประเทศที่ร่ำรวยและประเทศที่ยากจนได้

ทั้งนี้ประชากรทุกคนย่อมมีความต้องการคุณภาพชีวิตระดับหนึ่งที่เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต การมีเกณฑ์สำหรับประเมินคุณภาพชีวิตจะช่วยให้บุคคลเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของตนเองกับเกณฑ์ต่างๆ เพื่อจะได้ทราบว่าตนเองมีคุณภาพชีวิตหรือไม่ หรือมีคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับใด ซึ่งตัวชี้วัดที่เป็นตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของคนไทยใน 13 ด้าน (สุพรรณิ ไชยอำพร และสนธิ สมัครการ, 2534) ประกอบด้วย

1) ครอบครัวประกอบด้วยความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก ครอบครัวรวมถึงความสะดวกในการเดินทางไปอื่น

2) สังคมประกอบด้วย ความสัมพันธ์กับเพื่อน เพื่อนบ้าน ผู้คุ้นเคยการมีส่วนร่วมในสโมสรองค์กร สังคม ความสะดวกสบายในการพบปะสังสรรค์

3) การงานประกอบด้วยความมั่นคง ความอิสระโอกาสในการแสดงความสามารถโอกาสที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การทำงานรวมทั้งค่าตอบแทนนอกจากนี้ยังรวมถึงความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงานและสภาพของที่ทำงาน

4) สุขภาพอนามัย ประกอบด้วย ความแข็งแรงของสุขภาพร่างกาย การออกกำลังกาย

5) เวลาว่างและพักผ่อนหย่อนใจประกอบด้วยการใช้เวลาว่างในการเล่นกีฬาทำงานอดิเรกชมรายการบันเทิงต่างๆ และความสะดวกในการเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ

6) ความเชื่อศาสนา ประกอบด้วย เสรีภาพในการนับถือ การประกอบทางพิธีกรรมทางศาสนา ความศรัทธาต่อหลักธรรมทางศาสนา และการปฏิบัติธรรมของสงฆ์

7) ตนเอง ประกอบด้วย ความภาคภูมิใจในตัวเองเกี่ยวกับความสำเร็จในชีวิตทาง ด้านการทำงานการศึกษาและความสัมพันธ์กับคนอื่น รวมทั้งความเชื่อมั่นในตนเอง

8) สาธารณสุข ประกอบด้วย การให้บริการสถานพยาบาล แพทย์ และพยาบาล

9) การบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ประกอบด้วย ความหลากหลายของสินค้าคุณภาพสินค้า ราคาสินค้าและการให้บริการร้านค้า

10) ทรัพย์สิน ประกอบด้วย บ้าน เฟอร์นิเจอร์ สิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน ยานพาหนะ เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับต่างๆ

11) ท้องถิ่น ประกอบด้วย การให้บริการของชุมชนทางด้านสาธารณสุข สาธารณภัย สาธารณูปโภค การศึกษา การขนส่ง และสวัสดิการอื่นๆ

12) รัฐบาลไทย ประกอบด้วยนโยบาย และการบริหารด้านเศรษฐกิจ สังคมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

13) ชีวิตในเมืองไทย ประกอบด้วย สิทธิพื้นฐานในการรับข่าวสารความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ความยุติธรรมในกระบวนการยุติธรรม คุณภาพการศึกษาการเลือกสถานะในสังคม การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมธรรมชาติ

ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตเป็นตัววัดความเป็นอยู่ของประชาชน ว่ามีคุณค่าของชีวิตที่ดี มีความสุขหรือมีความเป็นอยู่ที่พอเพียง และสามารถชี้วัดคุณภาพชีวิตได้ถูกต้องและตรงกับความเป็นจริง โดยคำนึงถึงบริบทของสังคมและทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วม และควรพัฒนาไปพร้อมๆ กัน ทุกด้านทั้งการศึกษา สุขภาพ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเชื่อมโยงเป็นมิติเดียวกัน ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนร่วมกัน

พระสงฆ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

พระสงฆ์เป็นคำรวมที่ใช้เรียก ศาสนบุคคลในพระพุทธศาสนา ได้แก่ พระภิกษุและสามเณร พระภิกษุคือ ผู้ได้รับการอุปสมบทตามพระธรรมวินัยและระเบียบแบบแผนประเพณีของคณะสงฆ์ไทย ตามกฎหมายเถรสมาคมฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2526) พระภิกษุในประเทศไทยแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทบวชชั่วคราว ไม่ถึง 3 เดือนหรือไม่ครบตามพรรษาบวช 3 เดือน จำพรรษา 1 พรรษา หรือมากกว่า แต่ไม่เกิน 5 พรรษา อีกประเภทหนึ่ง บวชเป็นศาสนทายาทสืบพระศาสนา ประเภทหลังบวช

เป็นเวลานาน จนถึงบวชตลอดชีวิต แบ่งได้ว่าเป็นภิกษุผู้ปกครองสงฆ์ ได้แก่ กรรมการมหาเถรสมาคม และเจ้าคณะภาค เจ้าคณะจังหวัด เจ้าคณะอำเภอ รองเจ้าคณะอำเภอ เจ้าคณะตำบล รองเจ้าคณะตำบล เจ้าอาวาส รองเจ้าอาวาส และผู้ช่วยเจ้าอาวาส ตลอดจนเลขานุการเจ้าคณะต่างๆ

การเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนนั้น พระสงฆ์จะถูกกำหนดบทบาทจากหน้าที่ ที่พึงจะเป็น ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างจริงจัง บำเพ็ญประโยชน์แก่ตนเองและสังคม ด้วยความเสียสละพระสงฆ์เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน หรือพัฒนาชุมชนที่อาศัยนั้นๆ ทั้งในรูปแบบของนามธรรม และรูปธรรม ดังต่อไปนี้

บทบาทของพระในด้านการศึกษา การเรียนการสอนในสมัยก่อนที่จะมีเป็นแบบแผน เป็นรูปชั้นเรียน มีกำหนดแน่นอนตายตัว อย่างโรงเรียนในความหมายในปัจจุบันยังไม่มีที่ทั่วไปเป็นการเรียนการสอนอย่างไม่เป็นระบบ ขึ้นอยู่กับครูผู้สอน และตามแต่สถานที่ สิ่งแวดล้อมจะอำนวย ส่วนมากลูกชาวบ้านเมื่อมาเรียนก็สามารถอ่านเขียนตัวพยัญชนะและแจกลูกถึงตัวแม่เกยได้ ก็มักจะลาพระอาจารย์กลับไปอยู่บ้านเพื่อช่วยพ่อแม่ ประกอบอาชีพ ถ้าพ่อแม่ก็มีกำลังก็ให้ลูกเรียนต่อไป จนครบอายุบวชที่บวชเรียนพระธรรมวินัยต่อไป จะได้เรียนหนังสือขอมหรือภาษาบาลีบ้าง และหากไม่บวชแต่สมัครใจเรียนวิชาชีพอ่านได้ พ่อแม่ ก็มักนำไปฝากพระสงฆ์ที่มีความรู้วิชานั้นๆ เมื่อชาวบ้านนิมนต์พระที่มีความรู้ไปทำอะไร ลูกศิษย์มักจะได้รับความรู้และจดจำไว้จนช้านานในที่สุด และเมื่อไม่ได้เรียนหนังสือไม่ได้รับราชการที่เกี่ยวกับหนังสือในวัง ก็ไม่รู้อะไรจะเอาความรู้ไปทำอะไร นานเข้าก็ลืมหมด

สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าอยู่หัวเป็นสมัยของการปฏิรูประบบเศรษฐกิจ และสังคม ครั้งแรกของเมืองไทยงานด้านพระพุทธศาสนาก็ได้รับการปรับปรุงด้วยพระองค์ทรงโปรดเกล้าให้มีอาจารย์สอนเลข สอนหนังสือไทยทุกๆพระอาราม เนื่องจากทรงมีพระราชดำริว่าเด็กผู้ชายที่จะสนใจเล่าเรียนหนังสือไทย ลายมือวิชาหนังสือและกระบวนเลขโหรอย่างที่เป็นมานั้นน้อย หากเป็นเช่นนั้นผู้ที่เรียนหนังสือไทย ลายมือ และเลขไทยก็จะเสื่อมสูญจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งพระอารามหลวง สำหรับจะได้สั่งสอนพระภิกษุสามเณรและศิษย์วัดเหตุที่ทรงมีพระดำริให้เริ่มมีการสอนที่วัด เนื่องจากการศึกษาของไทยแต่เดิมมาศูนย์กลางจะมีอยู่ 2 แห่ง คือ วัดกับวัง เนื่องจากสถานที่ทั้งสองแห่งเป็นที่รวมความรู้ ศิลปินและช่างฝีมือ แต่วังเป็นสถานที่ที่คนทั่วไปเข้าไม่ถึง คนส่วนมากจึงมุ่งเข้ารับการศึกษากายในวัดเนื่องจาก มีแพร่หลายในทุกถิ่น เป็นสถานที่เปิดสำหรับคนทั่วไป เป็นศูนย์กลางและเป็นแหล่งให้การศึกษแก่ประชาชนส่วนใหญ่

จากความสำคัญของวัดและพระพุทธศาสนาในอดีต ทำให้เกิดประเพณีสำคัญที่พระพุทธศาสนาไปเกี่ยวข้องกับการศึกษามาจนถึงปัจจุบัน คือ

1. ประเพณีวัดเป็นศูนย์กลางของการศึกษาเล่าเรียนของชุมชน และพระสงฆ์เป็นครูผู้ทำหน้าที่อบรมสั่งสอนชาวกรุงและชาวเมือง ในปัจจุบันอาจมองไม่ค่อยเห็น แต่สำหรับชาวบ้านในชุมชนห่างไกลยังพอมองเห็น แม้ไม่มีศูนย์กลางเหมือนแต่ก่อน ก็พอเป็นช่องทางหรือที่พึ่งแหล่งสุดท้าย

2. ประเพณีบวชเรียน ซึ่งมีความหมายว่าบวชคู่กับเรียน เมื่อบวชแล้วต้องเรียนหรือบวชก็เพื่อเรียน แล้วความหมายเลยไปถึงบวชอยู่แค่เรียน เรียนแล้วใครอยู่พึงอยู่ ไม่ใครอยู่พึงสึกไป (พระมหา กฤษฎา นันทเพชร, 2540)

บทบาทในการเผยแผ่ธรรมะ แต่เดิมสมัยพุทธกาล เมื่อพระพุทธเจ้าได้ตรัสรู้อรหันต์สัมมาสัมโพธิญาณแล้วได้ตัดสินพระทัยเผยแผ่สิ่งที่พระองค์ได้ตรัสรู้แก่มหาชนเพื่อให้พ้นทุกข์ด้วย ผู้ที่ประสงค์จะพ้นทุกข์ตามแนวทางของพระพุทธองค์ก็จะเข้ามาบวชเป็นพระสงฆ์เพื่อศึกษาธรรมปฏิบัติ และทำพระนิพพานให้แจ้ง ต่อมาเมื่อพระสงฆ์เหล่านั้นได้ศึกษาและปฏิบัติจนบรรลุธรรมแล้ว จึงได้เป็นกำลังในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา นอกจากทำหน้าที่ในการศึกษาและปฏิบัติ พระสงฆ์จึงมีหน้าที่ในการสั่งสอนและเผยแผ่ธรรมะแก่ประชาชนอีกด้วย ในสมัยโบราณ การเผยแผ่ธรรมะของพระสงฆ์จำกัดอยู่ในเฉพาะขอบเขตของวัดและชาวบ้านในวันพระหรือวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา การเทศนาในงานบุญพิธีหรืองานบุญต่างๆ เช่น งานทำบุญบ้าน งานศพ หรือในโอกาสที่ญาติโยมไปวัดเพื่อทำบุญเพื่อขอคำปรึกษา

ในสมัยโบราณ การเผยแผ่ธรรมะของพระสงฆ์ จำกัดอยู่ในเฉพาะขอบเขตของวัดและชาวบ้าน ในวันพระหรือวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา การเทศนาในงานบุญพิธีหรืองานบุญต่างๆ เช่น งานทำบุญบ้าน งานศพ หรือในโอกาสที่ญาติโยมไปวัดเพื่อทำบุญเพื่อขอคำปรึกษา

แต่ปัจจุบัน เมื่อกิจการพระศาสนาเจริญเติบโตเป็นปึกแผ่น มีการจัดองค์กรทางศาสนาที่เป็นระบบและระเบียบแบบแผน ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการขนส่งและการสื่อสารช่วยให้การเดินทางไปในถิ่นต่างๆ มีความสะดวกยิ่งขึ้น และสามารถส่งข่าวสารในรูปแบบต่างๆ ถึงคนจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว พระสงฆ์ในยุคปัจจุบันสามารถดำเนินการเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้อย่างกว้างขวางและเข้าถึงประชาชนกลุ่มต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น

บทบาทของพระสงฆ์ในด้านสังคมสงเคราะห์ หลักการสังคมสงเคราะห์นั้น หมายถึง การสงเคราะห์คน เพื่อให้เขาสามารถช่วยเหลือตัวเองโดยไม่หวังผลตอบแทนจากเขา และจะต้องมีการสอบสวนดูก่อนว่าผู้ที่มาขอความช่วยเหลือนั้นเดือดร้อนจริงหรือไม่ และความเดือดร้อนนั้นบางครั้งก็เกิดจากความไม่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ ถ้าแนะได้ก็อาจจะแนะให้เท่านั้น ถ้าถึงกับต้องสงเคราะห์ด้วยวัตถุหรืออย่างอื่นก็ต้องให้ต่อเมื่อมีความจำเป็น นี่เป็นการทั่วไปในการสงเคราะห์ในทางโลก เพราะฉะนั้น แม้งานสังคมสงเคราะห์จะเริ่มจากการกุศล แต่ก็มีข้อมูลแตกต่างที่มุ่งช่วยปรับสภาพแวดล้อมของคนให้ดีขึ้น ช่วยพัฒนาทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อให้บุคคล ชุมชนและสังคมนั้นๆ สามารถพัฒนาตนเองให้เป็นพลเมืองที่ดีของชาติ ประกอบกับงานสังคมสงเคราะห์เป็นงานที่ให้ความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ ยกย่องในศักดิ์และคุณค่าของความเป็นมนุษย์ด้วยกันเอง

พระสงฆ์ วัดและชาวบ้าน (พระมหา กฤษฎา นันทเพชร, 2540) ในชุมชนต่างอาศัยกันมาเป็นเวลานาน พระสงฆ์เองหากไม่ได้อาศัยชาวบ้านในเรื่องปัจจัย 4 ก็อยู่ไม่ได้ เพราะพระสงฆ์ไม่สามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองได้ นอกจากการบิณฑบาต ความผูกพันและเห็นคุณค่าของกันและกันระหว่างวัดกับบ้านจึงได้สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การสงเคราะห์ชาวบ้านของพระสงฆ์

เป็นไปทั้งด้านวัตถุและจิตใจ ทั้งนั้นสอดคล้องกับหลักธรรมที่เรียกว่า สังคหวัตถุ ซึ่งเป็นธรรมเครื่องสงเคราะห์โลก ประดุจดั่งเพลารถที่แล่นไปมีอยู่ 4 ประการ คือ 1) ทาน ได้ปันสิ่งของต่างๆ แก่ผู้อื่นที่ควรให้ปัน 2) ปิยวาจา เจรจาจาจาอ่อนหวาน 3) อตถจริยา ประพฤติสิ่งที่เป็นประโยชน์ และ 4) สมานัตตตา ความเป็นคนมีตนเสมอต้นเสมอปลายไม่ถือตัว มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ภายในบริเวณวัดมีสถานที่ที่เป็นชุมชนของประชาชนในการร่วมกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันในสถานที่แห่งนี้เรียกว่า ศาลาการเปรียญ ซึ่งมีความหมายถึงเป็นที่ประชุม แจกสิ่งของ ข้าวปลา อาหาร ผลผลไม้ ยารักษาโรค วิชาการ หนังสือ วิชาความรู้สำหรับการประกอบอาชีพตลอดถึงเป็นแหล่งข่าวสารของทางราชการอีกด้วย ศาลาการเปรียญจึงเป็นศูนย์รวมที่พระสงฆ์ใช้เป็นสถานที่แจกแก่ชาวบ้าน และชาวบ้านแจกแลกเปลี่ยนกัน

บทบาทในด้านการพัฒนาจิตวิญญาณ หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาชี้ชัดว่า ธรรมทั้งหลายมีใจเป็นหัวหน้า มีใจประเสริฐที่สุด สำเร็จได้เพราะใจ คำสอนนี้ได้มาเป็นคติแบบไทย ว่า ใจเป็นนายกายเป็นบ่าวเพราะฉะนั้น หากมองในแง่ของการพัฒนาแล้ว การพัฒนาที่สำคัญที่สุดและละเลยไม่ได้ก็คือ การพัฒนาจิตใจ เพราะจิตที่พัฒนาแล้วเท่านั้นทำให้การพัฒนาภายนอก คือการพัฒนาทางกายหรือวัตถุเป็นไปอย่างถูกต้อง หลักการพัฒนาจิตในพระพุทธศาสนา เรียกว่า ภาวนา หรือกรรมฐาน พระพุทธองค์ ตรัสว่า เป็นธรรมที่ควรเจริญ มีอยู่ 2 อย่าง คือ 1) สมถภาวนา การฝึกอบรมจิตให้เกิดความสงบ 2) วิปัสสนาภาวนา การฝึกอบรมปัญญาให้เจริญแจ่มแจ้งตามเป็นจริง

บทบาทในด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม คือวิถีชีวิตที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อประโยชน์ในการดำเนินชีวิต ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะ ค่านิยม และถ่ายทอดกันมาจาก บรรพบุรุษสู่รุ่นชนรุ่นหลัง วัฒนธรรมลักษณะเป็นวิชาความรู้ที่มีความงดงามในตัว เรียกว่า ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ (พระมหา กฤษฏา นันทเพชร, 2540, หน้า 35)

1. ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุ เช่น ปราสาท วัด ป้อม ค่าย กำแพง ลักษณะที่เห็นรูปทรงไม่ชัดเจน เช่น คูน้ำ คัดดิน ถนนโบราณ เนินดินที่ปกคลุมเจดีย์ โบสถ์ วิหาร เป็นต้น

2. ศิลปวัฒนธรรมประเภทงานจิตรกรรม ส่วนใหญ่จะมีอยู่ในวัด เช่น งานเขียนลายรดน้ำ ภาพเขียนตู้พระธรรม จิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถ พระวิหาร งานจิตรกรรมในสมุดไทย ใบลาน เช่น หนังสือตำราพิชัยสงคราม ตำรายาแผนโบราณ ตำราชลลักษณ์ เป็นต้น

3. ศิลปวัฒนธรรมประเภทงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน หมายถึง เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องประดับ เช่น เครื่องจักสาน ผ้าฝ้ายชนิดต่าง ๆ ภาชนะดินเผา เป็นต้น

4. ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ ประเพณี ขนบธรรมเนียม แบบแผนปฏิบัติในกลุ่มหรือสังคมซึ่งยอมรับปฏิบัติสืบต่อกันมา โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1) ขนบธรรมเนียมประเพณี มีทั้งประเพณีเฉพาะบุคคล ได้แก่ การเกิด การโกนจุก การหมั้น การแต่งงาน การตาย การบวช การขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น และประเพณีส่วนรวมอื่นๆ ประเพณี

ทางศาสนาอื่นๆ ได้แก่ ประเพณีทางศาสนาต่างๆ เช่น ประเพณีเข้าพรรษา ออกพรรษา ทอดกฐิน ประเพณีตรุษ สงกรานต์ ประเพณีชักพระ เป็นต้น

2) ภาษาและวรรณกรรม ได้แก่ จารึกและคัมภีร์ต่างๆ ภาษาพูด ภาษาเขียน บทประพันธ์ที่ถ่ายทอดกันมาโดยการเล่าหรือการเขียน เช่น นิทานพื้นบ้าน ตำนานเมือง เพลงพื้นเมือง เป็นต้น

3) ศิลปะการแสดง ได้แก่ การเล่นเพลงพื้นเมือง เช่น เพลงอีแซว เพลงเกี่ยวข้าว โนรา เพลงบอก หนังตะลุง เป็นต้น

นับตั้งแต่โบราณกาลมา วัดเป็นศูนย์รวมแห่งศรัทธาของชาวบ้าน ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมในด้านต่างๆ นับตั้งแต่การสร้างวัดมา ซึ่งเกิดจากการร่วมแรงร่วมใจของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น หรือ ในกรณีพิเศษอาจเกิดจากพระราชศรัทธาของพระมหากษัตริย์บางพระองค์ ทรงสร้างและอุปถัมภ์วัดนั้น ในวันหรือโอกาสสำคัญทางพระพุทธศาสนาต่างๆ ชาวบ้านได้มีโอกาสไปทำบุญที่วัด ด้วยแรงศรัทธาและความตั้งใจที่จะให้การทำบุญนั้นเกิดอานิสงส์อย่างสูงสุด จึงทำให้การทำบุญในแต่ละครั้งแต่ละโอกาส มีรูปแบบ มีพิธีที่เป็นลักษณะเฉพาะทำให้เกิดเป็นปึกแผ่น ประเพณี และพิธีกรรมทางศาสนาต่างๆ นอกจากนี้ ศิลปกรรมต่างๆ เช่น ละคร หนังตะลุง หนังใหญ่ เกิดขึ้นในงานวัดนี้เอง

บทสรุป

พระสงฆ์นั้นเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อวิถีชาวบ้าน หรือคนในชุมชนนั้นๆ เนื่องด้วยพระสงฆ์ถือว่าเป็นผู้นำทางด้านจิตวิญญาณที่สำคัญที่จะชักนำให้ประชาชนหรือชาวบ้าน เจริญรอยไปด้วยความเจริญ มีความสุข ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการที่พระสงฆ์นั้น เป็นได้ทั้งนักปฏิบัติ นักสอน และนักพัฒนา อันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ ทั้งความรู้ทางคติทางธรรม และคติทางโลก จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นผู้นำชุมชนเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นปูชนียบุคคลที่ควรเคารพ ซึ่งสามารถสรุปได้จากบทบาทของพระสงฆ์ที่มีมาแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่บทบาทที่เกี่ยวข้องกับชาวบ้านและท้องถิ่น 5 ด้าน คือ 1) บทบาทของพระสงฆ์ด้านการศึกษา 2) บทบาทของพระสงฆ์ด้านการเผยแผ่ธรรม 3) บทบาทของพระสงฆ์ด้านสังคมสงเคราะห์ 4) บทบาทของพระสงฆ์ด้านพัฒนาจิตวิญญาณ และ 5) บทบาทของพระสงฆ์ด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม บทบาททั้ง 5 ด้านดังกล่าวนี้ จึงทำให้พระสงฆ์เองซึ่งเดิมเป็นผู้ที่ชาวบ้านเคารพนับถือแล้ว ยิ่งเพิ่มความเคารพยำเกรง ยกย่องให้เป็นผู้นำจิตวิญญาณขึ้นไปอีก เป็นปูชนียบุคคลที่ดีของผู้คน ชุมชน และสังคมสืบไป

เอกสารอ้างอิง

- เกษม จันทร์แก้ว. (2544). *วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิพนธ์ คันทะเสวี. (2526). *เอกสารการสัมมนาทางวิชาการ. เรื่องการศึกษาและวัฒนธรรมไทย*. เสนอที่กระทรวงศึกษาธิการ.

- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2531). *กลวิธีแนวทางวิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาชุมชนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท*. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภารพิมพ์.
- ปรัชญา เวสารัชช์. (2528). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท*. สถาบันไทยคดีศึกษา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระเทพเวที (ป.อ. ปยุตโต). (2533). *บทบาทของพระสงฆ์ในสังคมไทยปัจจุบัน พุทธศาสนากับสังคมไทย*. กรุงเทพมหานคร: รุ่งแสงการพิมพ์.
- พระธรรมปริยัติโสภณ (วรวิทย์ คงคปญโญ). (2548). *การคณะสงฆ์และการพระศาสนา*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กาญจนบุรี: สำนักพิมพ์ธรรมเมธี – สหยาพัฒนาการพิมพ์.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2543). *ถึงเวลามารื้อปรับระบบพัฒนาคนกันใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 5. (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มูลนิธิพุทธธรรม).
- พระมหาภุชญา นันทเพชร. (2540). *ทัศนคติของพระสงฆ์ต่อบทบาทการพัฒนาสังคม*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2544). *การมีส่วนร่วมในการบริหารโรงเรียนของคณะกรรมการการศึกษาประจำโรงเรียนเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรรณิการ์ ภูมิวงศ์พิทักษ์. (2540). *ปัญหาและอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการครอบครัวและชุมชนพัฒนา ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนดวงแข เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต. (คณะสังคมศาสตร์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนีย์ มัลลิกะมายล์. (2545). *รัฐธรรมนูญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพิทักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพรรณิ ไชยอำพร และสนธิ สมัการ. (2543). *การวิเคราะห์สังคมเพื่อการพัฒนา: แนววิธีการ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์องค์การคลังสินค้าและพัสดุ.
- _____. (2534). *การวิจัยคุณภาพชีวิตของคนไทยระหว่างชาวเมืองและชนบท*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุวรรณา เอี่ยมสุขวัฒน์. (2530). *สุขภาพชีวิตตามแนวความคิดและองค์ประกอบ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- อาภรณ์พันธ์ จันทรสว่าง. (2542). *คำอธิบายลักษณะวิชาทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Burkhardt, C.S. (1985). *The impact of arthritis on quality of life*. Nursing Research, Vol. 3.
- Cohen. John M. & Uphoff. Norman T. (1989). *Participation's in Rural Development: Seeking Clarify through Specificity*. World Development. (January).

- Ferrans, C.E.. (1992). *Psychometric of the Quality of Life Index*. Research in Nursing & Health. Vol. 15.
- Hunter, S. (1982). *Audit Day Care: Promotion Quality of Life the Elderly*. Journal of Geron Wlogical Nursing. Vol. 18.
- Lewis, F.. (1982). *Experienced Personal Control and Quality of Life in Late Stage Cancer Patient*. Nursing Research. Vol. 31.
- Meeberg, G.A. (1993). *Quality of Life: A concept analysis*. Journal of Advanced Nursing, Vol. 18.
- Padilla, G.V. (1985). *Quality of Life as A Cancer Nursing Outcomes Variable*. Advances in Nursing Science, Vol. 8.
- UNESCO. (1978). *Indicator of Environment Quality and Quality of Life*. Paris: UNESCO.
- United Nation. (1981). *Popular Participation as a Strategy for Promoting Community Level Action and National Development*. New York: United Nation.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

จริยธรรมการตีพิมพ์

จริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics)

วารสารบัณฑิตศึกษาเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ ดังนั้นจึงกำหนดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด ดังนี้

จริยธรรมของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาบทความกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร
2. บรรณาธิการมีหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพและพิจารณาความถูกต้องของบทความร่วมกับกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิก่อนการตีพิมพ์
3. บรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ ผู้ประเมินบทความ และบุคคลอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
4. บรรณาธิการต้องไม่เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้นิพนธ์
5. บรรณาธิการต้องรักษาความลับของผู้นิพนธ์
6. บรรณาธิการมีหน้าที่รักษามาตรฐานของวารสาร และพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพอยู่เสมอ
7. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด

จริยธรรมของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักถึงความเชี่ยวชาญตามศาสตร์ของตนเองในการรับประเมินบทความ
2. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์
3. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตรวจสอบความซ้ำซ้อนของบทความกับงานตีพิมพ์อื่นๆ
4. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องประเมินและให้ข้อเสนอแนะตามหลักเกณฑ์ทางวิชาการโดยปราศจากอคติ
5. ผู้ทรงคุณวุฒิควรตรงต่อเวลาในการส่งผลการประเมินบทความ
6. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน
7. หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่น ๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน
8. ผู้ทรงคุณวุฒิควรรักษาความลับของผู้นิพนธ์บทความ

แบบฟอร์มบทความวิจัย

ขนาดกระดาษ A4 ระยะห่าง 1 นิ้ว
ไม่เกิน 15 หน้ากระดาษ
ตัวอักษร TH SarabunPSK

การพัฒนาคุณภาพ..... (ขนาด 18 ตัวหนา จัดกึ่งกลาง)

The Development of Life's Quality..... (ขนาด 18 ตัวหนา จัดกึ่งกลาง)

ระยะห่าง
1.25 นิ้ว

ชื่อ นามสกุล^{1*} ชื่อ นามสกุล² (ชื่อผู้แต่งขนาด 14 จัดกึ่งกลาง ตัวปกติ)

Author name¹ Author name² (ชื่อผู้แต่งภาษาอังกฤษ ขนาด 14 จัดกึ่งกลาง)

ระยะห่าง
1.25 นิ้ว

¹นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)
Master of Education in Educational Administration, Phetchabun Rajabhat University (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

*Corresponding author e-mail: โทร. (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

²อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)
Lecturer of Faculty of Education, Phetchabun Rajabhat University (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)
e-mail: โทร. (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

(สามารถเพิ่มข้อมูลผู้เขียนร่วมให้ครบทุกคนไม่ว่าจะเป็นผู้ร่วมวิจัยหรืออาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์)

บทคัดย่อ (ขนาด 16ตัวหนา จัดกึ่งกลางหน้า)

เนื้อหาบทคัดย่อ ขนาดอักษร 16 ตัวปกติ จำนวนคำไม่เกิน 250 คำ การวิจัยนี้มี
วัตถุประสงค์เพื่อ

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

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิต; ภูมิปัญญา; เตาหุงต้ม; บ้านช่างหม้อ (ไม่เกิน 5 คำ) ใช้เครื่องหมาย ; คั่น
ระหว่างคำ

ขนาดกระดาษ A4
ระยะห่าง 1 นิ้ว

ABSTRACT (ขนาด 16 ตัวหนา จัดกึ่งกลางหน้า)

(ThSarabun Size 16, not more than 250 words)

The objective of this research is(ขนาดอักษร 16 ตัว
ปกติ).....

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

Keywords: Life's Quality; Local Wisdom; Cooking Stove Production; Chang-Moh
Village (no more 5 words) ใช้เครื่องหมาย ; คั่นระหว่างคำ

บทนำ (ขนาด 16ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

เนื้อความ.....(ขนาดอักษร 16 ตัว
ปกติ).....

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)วัตถุประสงค์การวิจัย (ขนาด 16ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

วัตถุประสงค์การวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย) เขียนแยกเป็นข้อและมีหมายเลขกำกับ

1.(ขนาดอักษร 16 ตัวปกติ).....
2.

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

การทบทวนวรรณกรรม (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

.....(ขนาดอักษร 16 ตัวปกติ).....

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

สมมุติฐานการวิจัย (ถ้ามี) ตัวหนา จัดชิดซ้าย

เนื้อความ.....(ขนาด 16 ตัวปกติ)

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

กรอบแนวคิดการวิจัย(ถ้ามี) (ขนาด 16ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

เนื้อความ....(ขนาด 16 ตัวปกติ)

(ขนาด 16 ตัวปกติ)(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

ระเบียบวิธีวิจัย (ขนาด 16ตัวหนา จัดชิดซ้าย, เนื้อความ....ขนาด 16 ตัวปกติ)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เป็น....จำนวน...

กลุ่มตัวอย่าง...เป็น จำนวน... ได้มาโดยวิธี...

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยมีอะไรบ้าง แต่ละชนิดมีคุณภาพอย่างไร (รายงานคุณภาพ)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

(ขนาด 16 ตัวปกติ)(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

ผลการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

เขียนนำเสนอตามลำดับตามวัตถุประสงค์การวิจัย ถ้ามีตารางและภาพประกอบ ใช้รูปแบบตามตัวอย่าง (ตัวอักษร 16)



ภาพที่ 1 (ขนาด 16 ตัวหนา กึ่งกลาง) คำอธิบายของรูปภาพ (ขนาด 16 ตัวปกติ)

ตารางที่ 1 (ขนาด 16 ตัวหนา ชิดด้านซ้าย)....ชื่อตาราง (ขนาด 16 ตัวปกติ)

รายการ	รายการ	รายการ	รายการ
1.รายการ			
2.รายการ			
รวม	3.12	1.41	ปานกลาง

เนื้อความบรรยาย..... (ขนาด 16 ตัว ปกติ)

.....
.....
.....
(ขนาด 16 ตัวปกติ)(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

อภิปรายผล (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

อภิปรายครอบคลุมตามวัตถุประสงค์งานวิจัย เขียนแยกเป็นข้อสอดคล้องกับผลการวิจัย
(ตัวอักษร 16 ตัวปกติ)

(ขนาด 16 ตัวปกติ)(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

ข้อเสนอแนะการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. (ตัวอักษร 16 ตัวปกติ).....
2.

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1.
2.

(ขนาด 16 ตัวปกติ)(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

เอกสารอ้างอิง (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย, รูปแบบการพิมพ์เอกสารอ้างอิง (แบบ APA 7th)

เนื้อความ.....(ขนาด 16 ตัวปกติ)

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงบทความจากวารสาร

สีสัน วันดี. (2558). การอนุรักษ์และพัฒนาผ้าทอพื้นเมือง บ้านไทยดี จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิจัย
และพัฒนา มหาวิทยาลัยมีความดี, 10(3), 21-32. (หมายถึง ปีที่(ฉบับที่), หน้า-หน้า.)

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงรายงานการวิจัย

วิภา ปัญญา. (2552). การสืบทอดภูมิปัญญาการทำข้าวตังโดยความร่วมมือของชุมชน ตำบลนาดี
อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยมีความดี.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงวิทยานิพนธ์

รัตนินท์ ปัญญาโส. (2555). ความยั่งยืนของงานหัตถกรรมผ้าพื้นเมืองบ้านเกาะแก้ว จังหวัด
อุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการออกแบบ มหาวิทยาลัยแห่ง
ความสุข.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงเอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceedings)

รัตนธรร ปัญญากร, บรรณาธิการ. (2556). การประเมินความดีความชอบ. ใน การประชุมวิชาการ ระดับชาติ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งความดี ครั้งที่ 9; 16-19 ตุลาคม 2566; บึงกาฬ. บึงกาฬ: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งความดี.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงจากหนังสือทั่วไป

รัตน์ ปัญญาภักดิ์. (2544). พุทธเศรษฐศาสตร์วิวัฒนาการ การประยุกต์ในสังคมยุคดิจิทัล. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บุคสยาม.

ชัยรัตน์ มदनาค. (2567). แคลคูลัส 1. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

มโน ตั้งจิต (2562). พฤติกรรมสุขภาพ : แนวคิด ทฤษฎี และการประยุกต์ใช้. (พิมพ์ครั้งที่ 3). <https://www.ookbee.com>.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงจากเว็บไซต์

รัตน์ฐ ปัญญฐชัย. (2561). การเกษตรแบบผสมผสานในพื้นที่ยุทธศาสตร์. (ออนไลน์) (อ้างเมื่อ 18 สิงหาคม 2561). จาก <http://www.acgriculture.ddd.com>

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงบุคคลที่สัมภาษณ์

รัตนาวิน อินทรปัญญาภาส. (2562). หัวข้อที่สัมภาษณ์ เช่น การดำรงตนเชิงพุทธ. ผู้ใหญ่บ้านบ้านหนองนาตอน. 25 กันยายน 2562.

ขนาดกระดาษ A4 ระยะห่าง 1 นิ้ว
ไม่เกิน 15 หน้ากระดาษ
ตัวอักษร TH SarabunPSK

บทความวิชาการ

การพัฒนาคุณภาพ..... (ขนาด 18 ตัวหนา จัดกึ่งกลาง)

The Development of Life's Quality..... (ขนาด 18 ตัวหนา จัดกึ่งกลาง)

ชื่อ นามสกุล^{1*} ชื่อ นามสกุล² (ชื่อผู้แต่งขนาด 14 จัดกึ่งกลาง ตัวปกติ)

Author name¹ Author name² (ชื่อผู้แต่งภาษาอังกฤษ ขนาด 14 จัดกึ่งกลาง)

ระยะห่าง
1.25 นิ้ว

¹นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

Master of Education in Educational Administration, Phetchabun Rajabhat University (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

*Corresponding author e-mail: โทร. (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

²อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

Lecturer of Faculty of Education, Phetchabun Rajabhat University Rajabhat University (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

e-mail: โทร. (ขนาด 12 ตัวปกติตัวปกติ)

ระยะห่าง
1.25 นิ้ว

(สามารถเพิ่มข้อมูลผู้เขียนร่วมให้ครบทุกคนไม่ว่าจะเป็นผู้ร่วมวิจัยหรืออาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์)

บทคัดย่อ (ขนาด 16ตัวหนา จัดกึ่งกลางหน้า)

เนื้อหาบทคัดย่อ ขนาดอักษร 16 ตัวปกติ จำนวนคำไม่เกิน 250 คำ การวิจัยนี้มี
วัตถุประสงค์เพื่อ

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

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิต; ภูมิปัญญา; เตาหุงต้ม; บ้านช่างหม้อ (ไม่เกิน 5 คำ) ใช้เครื่องหมาย ; คั่น
ระหว่างคำ

ขนาดกระดาษ A4
ระยะห่าง 1 นิ้ว

ABSTRACT (ขนาด 16 ตัวหนา จัดกึ่งกลางหน้า)

(ThSarabun Size 16, not more than 250 words)

The objective of this research is(ขนาดอักษร 16 ตัวปกติ)

.....

.....

.....

.....

.....

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

Keywords: Life's Quality; Local Wisdom; Cooking Stove Production; Chang-Moh

Village (no more 5 words) ใช้เครื่องหมาย ; คั่นระหว่างคำ

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

หัวข้อหลัก 1 (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

(ประเด็นการนำเสนอขึ้นอยู่กับการออกแบบบทความของผู้เขียนบทความ)

1.(ขนาดอักษร 16 ตัวปกติ).....
 - 1.1.....
 - 1.1.1.....
 - 1.1.2.....
 - 1.1.3.....
2.
3.

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

หัวข้อหลัก 2 (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

(ประเด็นการนำเสนอขึ้นอยู่กับการออกแบบบทความของผู้เขียนบทความ)

1.(ขนาดอักษร 16 ตัว
ปกติ).....
 - 1.1.....
 - 1.1.1.....
 - 1.1.2.....
 - 1.1.3.....
2.
3.

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

หัวข้อหลัก 2 (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

(ประเด็นการนำเสนอขึ้นอยู่กับการออกแบบบทความของผู้เขียนบทความ)

1.(ขนาดอักษร 16 ตัวปกติ).....
 - 1.1.....
 - 1.1.1.....
 - 1.1.2.....
 - 1.1.3.....
2.
3.

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

บทสรุป (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

..... (สรุปประเด็นหลักการใช้เนื้อหาบทความ).....
.....

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

องค์ความรู้ใหม่ (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

..... (ให้ผู้เขียนสรุปแนวคิด หรือ องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการสังเคราะห์วิเคราะห์ในบทความ ประมาณ 1 ย่อหน้า ไม่เกิน 10 บรรทัด หรือ ทำเป็นภาพ หรือ แผนภูมิ นำเสนอแนว).....

(เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

เอกสารอ้างอิง(ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย)

(ขนาด 16 ตัวปกติ) (เว้น 1 บรรทัด ขนาด 16 ตัวอักษร)

เอกสารอ้างอิง (ขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้าย, รูปแบบการพิมพ์เอกสารอ้างอิง (แบบ APA 7th) เนื้อความ.....(ขนาด 16 ตัวปกติ)

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงบทความจากวารสาร

สีสัน วันดี. (2558). การอนุรักษ์และพัฒนาผ้าทอพื้นเมือง บ้านไทยดี จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยมีความดี, 10(3), 21-32. (หมายถึง ปีที่(ฉบับที่), หน้า-หน้า.)

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงรายงานการวิจัย

วิภา ปัญญา. (2552). การสืบทอดภูมิปัญญาการทำข้าวตังโดยความร่วมมือของชุมชน ตำบลนาดี อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยมีความดี.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงวิทยานิพนธ์

รัตน์ท์ ปัญโญโส. (2555). ความยั่งยืนของงานหัตถกรรมผ้าพื้นเมืองบ้านเกาะแก้ว จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการออกแบบ มหาวิทยาลัยแห่งความสุข.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงเอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceedings)

รัตนธรร ปัญญากร, บรรณาธิการ. (2556). การประเมินความดีความชอบ. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งความดี ครั้งที่ 9; 16-19 ตุลาคม 2566; บึงกาฬ. บึงกาฬ: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งความดี.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงจากหนังสือทั่วไป

รัตน์ ปัญโญโส. (2544). พุทธเศรษฐศาสตร์วิวัฒนาการ การประยุกต์ในสังคมยุคดิจิทัล. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บุคสยาม.

ชัยรัตน์ มदनาค. (2567). แคลคูลัส 1. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

มโน ตั้งจิต (2562). พฤติกรรมสุขภาพ : แนวคิด ทฤษฎี และการประยุกต์ใช้. (พิมพ์ครั้งที่ 3). <https://www.ookbee.com>.

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงจากเว็บไซต์

รัตน์ฐ ปัญญรัฐชัย. (2561). การเกษตรแบบผสมผสานในพื้นที่ยุทธศาสตร์. (ออนไลน์) (อ้างเมื่อ 18 สิงหาคม 2561). จาก <http://www.acgricuture.ddd.com>

ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงบุคคลที่สัมภาษณ์

รัตนาวิน อินทรปัญญาส. (2562). หัวข้อที่สัมภาษณ์ เช่น การดำรงตนเชิงพุทธ. ผู้ใหญ่บ้านบ้านหนองนาดอน. 25 กันยายน 2562.

วารสารบัณฑิตศึกษาเพชรบูรณ์

ISSN: 3088-3822 (Online)

งานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

83 หมู่ 11 ถนนสระบุรี-หล่มสัก ตำบลสะเดียง

อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000

โทร: 0-5671-7124

อีเมล: graduate@pcru.ac.th