

กลุ่มที่ 2

ผลงานวิจัยสาขามนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์

**การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลต่อการบริหารกำไร ผ่านการวางแผนภาษีของบริษัท
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**

**GOOD CORPORATE GOVERNANCE INFLUENCED EARNINGS
MANAGEMENT THROUGH MEDIATION OF TAX PLANNING OF LISTED
COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศตยา ตันจันทร์พงศ์

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: Sathayat@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีต่อการบริหารกำไรผ่านการวางแผนภาษี โดยขอบเขตการศึกษาจำกัดเฉพาะปี พ.ศ. 2554 ซึ่งมีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 577 บริษัท โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 บริษัทที่มีใช้กลุ่มธุรกิจการเงิน และใช้แบบประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย การบริหารกำไร วัดค่าจากรายการคงค้างโดยใช้ดุลพินิจของผู้บริหาร ซึ่งใช้ตัวแบบของ Modified Jones (1991) และ Kothari, et al. (2005) สำหรับการวางแผนภาษี วัดค่าโดยใช้อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกับตัวแบบทางทฤษฎี รวมทั้งการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลทางอ้อมในเชิงลบกับการบริหารกำไร ผ่านการวางแผนภาษี

คำสำคัญ: การกำกับดูแลกิจการ การบริหารกำไร การวางแผนภาษี

ABSTRACT

The main purpose of this study was to examine good corporate governance influenced earnings management through mediation of tax planning of listed companies in the Stock Exchange of Thailand. The research study was based only on the year 2012. The listed companies in the Stock Exchange of Thailand consisted of 577 companies and the sample size consisted of 326 companies which did not include financial sectors. The evaluation of good corporate governance used the questionnaires of Thai Institute of Directors. Earnings management was measured by discretionary accruals (Modified Jones (1991) and Kothari, et al. (2005) model). In addition, tax planning was measured by the ratio of corporate income tax to total assets. The study found the fit between the causal structural model and empirical data. Moreover, the results indicated

that good corporate governance had negative indirect effects on earnings management through mediation of tax planning.

KEYWORDS: Corporate Governance, Earnings Management, Tax Planning

บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นำแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในการควบคุมและตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้บริหาร โดยมีการพัฒนาหลักเกณฑ์การสำรวจและประเมินผล ตลอดจนส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้มีรูปแบบการบริหารงานเป็นที่ยอมรับว่ามีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เป็นสากล ทั้งในเรื่องกลยุทธ์และการจัดการ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนว่าบริษัทมีความโปร่งใส ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากการแสวงหาผลประโยชน์ของผู้บริหารและทำให้ผู้บริหารจัดหาเงินทุนด้วยวิธีการที่เหมาะสม นอกจากนั้นการเปิดเผยข้อมูลการคำนวณค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล จะช่วยลดความไม่เท่าเทียมกันในการรับรู้ข้อมูลระหว่างบริษัทและนักลงทุน หรือบริษัทกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ แต่อย่างไรก็ตาม ยังพบว่ากรรมการและผู้บริหาร มีการกระทำที่เข้าข่ายจัดทำและเปิดเผยข้อมูลที่บิดเบือนความจริงในเอกสารบัญชีและงบการเงินของบริษัท รวมทั้งมีการเลี่ยงภาษีโดยผ่านระบบบัญชี ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารกำไรและการวางแผนภาษี จากเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาในเชิงประจักษ์ถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลต่อการบริหารกำไรหรือไม่ รวมทั้งสามารถช่วยลดการวางแผนภาษีหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีต่อการบริหารกำไรผ่านการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นิยามศัพท์

การกำกับดูแลกิจการ หมายถึง “ระบบที่จัดให้มีโครงสร้างและกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ และผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความเจริญเติบโตและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น” (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2554)

การบริหารกำไร หมายถึง การทำให้บรรลุเป้าหมายโดยการใช้อยุทธวิธีในการเลือกนโยบายการบัญชีและกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (Phillips, et al., 2002)

การวางแผนภาษี หมายถึง กิจกรรมที่เกิดจากกลยุทธ์ทางภาษีซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายภาษีลดลง ทั้งที่เจตนาซึ่งเป็นผลกระทบทางตรงจากการวางแผนภาษี หรือไม่มีเจตนาซึ่งเป็นผลกระทบทางอ้อม โดยการเลือกนโยบายในการดำเนินธุรกิจ หรือวิธีปฏิบัติทางบัญชีที่ส่งผลทำให้ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลลดลง (ชัยพร ดันดิยวงศ์, 2552)

สมมติฐานการวิจัย

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการบริหารกำไร
2. การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการวางแผนภาษี
3. การวางแผนภาษีมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการบริหารกำไร
4. การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการบริหารกำไร ผ่านการวางแผนภาษี

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การนำกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ เพื่อผลประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ได้รับการสนับสนุนจากทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) โดยในการกำกับดูแลกิจการที่ดี คณะกรรมการประเมินการกำกับดูแลกิจการ เป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่ส่งสัญญาณให้แก่ผู้ลงทุนในการตัดสินใจลงทุนในบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือพยายามหลีกเลี่ยงบริษัทที่มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพียงบางส่วน เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุนที่เกิดจากการบริหารกำไรและ/หรือการวางแผนภาษี ซึ่งงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลต่อการบริหารกำไรและการวางแผนภาษี รวมทั้งการวางแผนภาษีมีอิทธิพลต่อการบริหารกำไร มีผู้วิจัยหลายท่านประยุกต์และพัฒนางาน โดยผลการศึกษาพบว่าทั้งอิทธิพลในเชิงบวก ในเชิงลบ ไม่มีอิทธิพล หรือไม่สามารถสรุปทิศทางของอิทธิพลได้ชัดเจน ดังนี้

การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลต่อการบริหารกำไร

การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการบริหารกำไร (Chen, et al., 2007; Guthrie, and Sokolowsky, 2010) เพราะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกประธานบริษัท การเลือกตั้งคณะกรรมการต่างๆ และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในการบริหารของบริษัท รวมทั้งการตัดสินใจที่สำคัญ เช่น นโยบายการลงทุน การก่อหนี้และการจ่ายผลตอบแทนของผู้บริหาร เป็นต้น จึงทำให้การกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่อาจช่วยลดปริมาณการบริหารกำไรได้ ขณะที่งานวิจัยของ Chang, and Sun (2009) และปัญญา อิศระวรวานิช (2554) พบว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการบริหารกำไร แสดงว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีช่วยลดปริมาณการบริหารกำไรลง แต่งานวิจัยของ Bergstresser, and Philippon (2006) และวิวรรยา ฐปสมุทร์ (2550) กลับพบว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่มีอิทธิพลกับการบริหารกำไร

การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษี

การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการวางแผนภาษี (Desai and Dharmapala, 2006) เพราะบริษัทที่มีความโปร่งใสมีการวางแผนภาษีสูง โดยจะพยายามหลีกเลี่ยงวิธีการที่คลุมเครือที่อาจทำให้บริษัทมีปัญหาคู่ในอนาคตได้ ซึ่งส่งผลให้ผู้ถือหุ้นได้รับผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น ขณะที่งานวิจัยของ Lanis, and Richardson (2011) พบว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการวางแผนภาษี โดยบริษัทที่มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพียงบางส่วน ผู้บริหารจะใช้วิธีการที่มีความเสี่ยงในการจัดหาเงินทุนและสนับสนุนให้มีการวางแผนภาษี แต่เมื่อบริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยลดความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนและลดการวางแผนภาษีลงได้ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Hanlon, et al. (2005) กลับพบว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษี

การวางแผนภาษีมีอิทธิพลต่อการบริหารกำไร

การวางแผนภาษีมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการบริหารกำไร¹ เพราะความแตกต่างระหว่างหลักการทางบัญชีและหลักเกณฑ์ทางภาษี² ทำให้ผู้บริหารมีโอกาสในการบริหารกำไรทางบัญชีเพิ่มขึ้นและลดกำไรทางภาษีลงในรอบระยะเวลาบัญชีเดียวกัน (Marques, et al., 2011) ขณะที่งานวิจัยของ Erickson, et al. (2004) พบว่า การวางแผนภาษีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการบริหารกำไร เพราะผู้บริหารของบริษัทที่ทำการบริหารกำไรมีความเต็มใจจ่ายภาษีเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เพื่อลดการถูกตรวจสอบจากบุคคลภายนอก รวมทั้งเจ้าหน้าที่รัฐ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Othman, and Zeghal (2006) กลับพบว่า การวางแผนภาษีไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารกำไร

วิธีการดำเนินวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีผ่านคะแนนการประเมินที่มีอิทธิพลต่อการบริหารกำไรผ่านการวางแผนภาษีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2554 เนื่องจากการปรับปรุงหลักเกณฑ์การประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้เป็นมาตรฐานสากลมากขึ้น กอปรกับสภาพวิชาชีพบัญชีมีการปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีหลายฉบับที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2554 เป็นต้นไป โดยปี 2554 มีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 577 บริษัท (ข้อมูล ณ วันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2554) ต่อจากนั้น ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่าง 7 กลุ่มอุตสาหกรรมตามตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดประเภทไว้ มีจำนวนทั้งสิ้น 390 บริษัท ดังนี้

¹ ตัวอย่างเช่น บริษัทสามารถเพิ่มกำไรทางภาษีในงวดใดงวดหนึ่งก่อนที่ผลขาดทุนทางภาษีจะหมดอายุลง บริษัทอาจสร้างกำไรทางภาษีขึ้นโดยใช้วิธีต่างๆ ดังนี้ 1) การเพิ่มกำไรของงวดปัจจุบันให้สูงขึ้น โดยการรับรู้รายได้เร็วกว่าที่ควรจะเป็น การขายบราซิลได้ของงวดบัญชีถัดไปเข้ามาเป็นรายได้ของงวดบัญชีปัจจุบัน หรือการบันทึกค่าใช้จ่ายให้ต่ำกว่าความเป็นจริง โดยการตั้งค่าใช้จ่ายบางรายการเป็นต้นทุนของสินทรัพย์ การกำหนดระยะเวลาการตัดจำหน่ายค่าใช้จ่ายรายการตัดบัญชีหรือสินทรัพย์อื่นที่ยาวนานกว่าความเป็นจริง ตลอดจนชะลอสิทธิเรียกร้องการหักค่าใช้จ่ายบางรายการจากกำไรทางภาษีไปในงวดอื่น 2) วิจัยหรือขายและเช่ากลับคืนสินทรัพย์ที่มีราคาเพิ่มขึ้น

² แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ผลแตกต่างถาวร เป็นรายการที่จัดเป็นค่าใช้จ่าย(รายได้)ทางบัญชีแต่ไม่สามารถถือเป็นรายจ่าย(รายได้)เพื่อคำนวณกำไร (ขาดทุน)ทางภาษีเงินได้ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้ ซึ่งได้แก่ รายจ่ายต้องห้าม (มาตรา 65 ตริ) เช่น เบี้ยปรับและเงินเพิ่มทางภาษีอากร ค่าใช้จ่ายที่มีเงื่อนไขในการหักเป็นค่าใช้จ่ายทางภาษี เช่น รายจ่ายค่ารับรอง เป็นต้น ค่าใช้จ่ายทางภาษีที่หักได้มากกว่าทางบัญชี เช่น รายจ่ายในการส่งลูกจ้างเข้ารับการศึกษาศึกษาและฝึกอบรม รวมทั้งเงินปันผลซึ่งเป็นไปตามมาตรา 65 ทวิ (10) แห่งประมวลรัษฎากร 2) ผลแตกต่างชั่วคราว เป็นรายการรายได้หรือค่าใช้จ่ายที่บริษัทรับรู้ในการคำนวณกำไรทางภาษีในงวดบัญชีที่แตกต่างจากงวดบัญชีที่มีการคำนวณกำไรทางบัญชี ทำให้มีผลต่อจำนวนภาษีที่ต้องชำระในการคำนวณกำไรทางภาษีในงวดอนาคตเมื่อบริษัทได้รับหรือต้องชำระมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์หรือหนี้สินนั้นจริง เช่น หากบริษัทคาดการณ์ว่าจะมีกำไรจากการดำเนินงานสูง อาจเลือกซื้อทรัพย์สินที่มีสิทธิหักค่าเสื่อมราคาได้มากกว่าปกติ เช่น เครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนา เพราะสามารถหักค่าเสื่อมราคาวิธีพิเศษ ในวันที่ได้มาในอัตราร้อยละ 40 เป็นต้น ซึ่งแตกต่างจากมาตรฐานการบัญชีที่ไม่มีการหักค่าเสื่อมราคาวิธีพิเศษนี้

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2554	577 บริษัท
หัก กลุ่มธุรกิจการเงิน	60 บริษัท
กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์	33 บริษัท
บริษัทที่อยู่ในกลุ่มที่กำลังอยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน	25 บริษัท
กลุ่มหลักทรัพย์ในตลาด เอ็ม เอ ไอ	69 บริษัท
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	<u>390</u> บริษัท

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ ที่รวบรวมจากรายงานประจำปี ข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่นๆ ที่เก็บรวบรวมไว้ในระบบเผยแพร่ข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET SMART) และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง โดยรายงานทางการเงินจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงินรวม ปรากฏว่ามีกลุ่มตัวอย่างคงเหลือจำนวน 326 บริษัท ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	390 บริษัท
หัก บริษัทที่ไม่มีรอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	23 บริษัท
บริษัทที่ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน	30 บริษัท
กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าผิดปกติ (Outliers)	11 บริษัท
กลุ่มตัวอย่างคงเหลือ	<u>326</u> บริษัท

การวัดค่าของตัวแปร

คะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการ จะให้คะแนนเท่ากับ 1 เมื่อบริษัทได้มีการปฏิบัติตามหรือเปิดเผยข้อมูล และให้คะแนนเท่ากับ 0 เมื่อบริษัทไม่ได้ปฏิบัติตามหรือไม่เปิดเผยข้อมูล โดยใช้แบบประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 148 ข้อ หลังจากนั้นนำคะแนนรวมของแต่ละบริษัทได้รับ แบ่งออกเป็น 5 หมวดตามองค์กรเพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ และนำมาเฉลี่ยน้ำหนักความสำคัญของแต่ละหมวดตาม IOD

การบริหารกำไร ใช้ตัวแบบของ Modified Jones (1991) ที่พัฒนาโดย Dechow, et al. (1995). และใช้ตัวแบบของ Kothari, et al. (2005) ซึ่งเป็นตัวแบบที่นิยมใช้ในการตรวจสอบการบริหารกำไร โดยตัวแบบในการวัดค่ารายการคงค้างโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร จะใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$DAC_{it} = TA_{it}/A_{i,t-1} - NDAC_{it}$$

โดยแทนค่า $TA_{it} = NI - CFO$

รายการคงค้างโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร (Discretionary Accruals: DAC) จะคำนวณจากความแตกต่างระหว่างรายการคงค้างรวม (Total Accruals : TA) หักด้วยสินทรัพย์รวมต้นปี และรายการคงค้างที่เกิดจากการดำเนินงานตามปกติ (Non-Discretionary Accruals : NDAC) ซึ่ง $TA_{it}/A_{i,t-1}$ และ $NDAC_{it}$ ของ Modified Jones (1991) คำนวณได้จาก

$$TA_{it}/A_{i,t-1} = \alpha_1[1/A_{i,t-1}] + \alpha_2[(\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/A_{i,t-1}] + \alpha_3(PPE_{it}/A_{i,t-1}) + \epsilon_{it} \quad (1)$$

$$NDAC_{it} = \alpha_1[1/A_{i,t-1}] + \alpha_2[(\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/A_{i,t-1}] + \alpha_3(PPE_{it}/A_{i,t-1}) \quad (2)$$

และของ Kothari, et al. (2005) คำนวณได้จาก

$$TA_{it}/A_{i,t-1} = \alpha_1[1/A_{i,t-1}] + \alpha_2[(\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/A_{i,t-1}] + \alpha_3(PPE_{it}/A_{i,t-1}) + \alpha_4 ROA_{i,t-1} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$$NDAC_{it} = \alpha_1[1/A_{i,t-1}] + \alpha_2[(\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/A_{i,t-1}] + \alpha_3(PPE_{it}/A_{i,t-1}) + \alpha_4 ROA_{i,t-1} \quad (4)$$

โดย $TA_{it}/A_{i,t-1}$ = รายการคงค้างรวมหารด้วยสินทรัพย์รวม

$A_{i,t-1}$ = สินทรัพย์รวม

NI = กำไรสุทธิ

CFO = กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน

ΔREV_{it} = การเปลี่ยนแปลงของยอดขายได้

ΔREC_{it} = การเปลี่ยนแปลงของยอดลูกหนี้

PPE_{it} = ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

$ROA_{i,t-1}$ = ผลตอบแทนของสินทรัพย์

การวางแผนภาษี การวัดค่าตัวแปรการวางแผนภาษี จะใช้อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) เพราะค่าใช้จ่ายภาษี³ เป็นค่าที่แสดงถึงจำนวนภาษีเงินได้ที่บริษัทต้องชำระ ซึ่งเกิดจากการไหลทางภาษีสำหรับงวดที่ปรากฏในรายงานทางการเงิน และใช้ค่าสินทรัพย์รวมเป็นตัวปรับลดผลกระทบจากระดับขนาด (Scale Effects)

ตัวแปรควบคุม เป็นตัวแปรเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะของบริษัท ประกอบด้วย ปัจจัยขนาดบริษัท (SIZE) วัดจากค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม ความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) จะใช้อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม ความสามารถในการทำกำไร (ROA) จะใช้กำไรทางบัญชีก่อนหักภาษีต่อสินทรัพย์รวม ระดับการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตน (CAP) จะใช้อัตราส่วนที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ต่อสินทรัพย์รวม และโครงสร้างการถือหุ้น (OWN) จะใช้อัตราส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นสูงสุดรวมทั้งการถือหุ้นของครอบครัวต่อจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมด

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 326 บริษัท พบว่ากลุ่มทรัพยากรมีค่าเฉลี่ยคะแนนการกำกับดูแลกิจการสูงสุด เท่ากับ 82.22 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค มีค่าเฉลี่ยรายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหารสูงสุด โดยใช้ตัวแบบ Modified Jones (1991) และ Kothari, et al. (2005) ตามลำดับ เท่ากับ 0.036 และ 0.032 กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายภาษีต่ำสุด (แสดงถึงการวางแผนภาษีสูงสุด) เท่ากับ 0.013 โดยบริษัทส่วนใหญ่มีขนาดบริษัทใกล้เคียงกัน คือมีค่าเฉลี่ยค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวมประมาณ 22.19 ส่วนกลุ่มเทคโนโลยีมีความเสี่ยงทางการเงินสูงสุด เท่ากับ 0.57 และกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีความสามารถในการทำกำไรสูงสุดเท่ากับ 0.110 สำหรับกลุ่มทรัพยากรมีระดับการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตนสูงสุดเท่ากับ 0.46 และกลุ่มวัตถุดิบและสินค้าอุตสาหกรรมมีอัตราส่วนการถือหุ้น

³ บริษัทที่ใช้วิธีภาษีเงินได้จ่าย (Tax Payable Method) หมายถึงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล (Income Tax Expense) ที่ปรากฏในงบกำไรขาดทุน สำหรับบริษัทที่ใช้วิธีภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี (Deferred Tax Method) หมายถึงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในงวดปัจจุบัน (Current Tax Expense) ที่ปรากฏในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

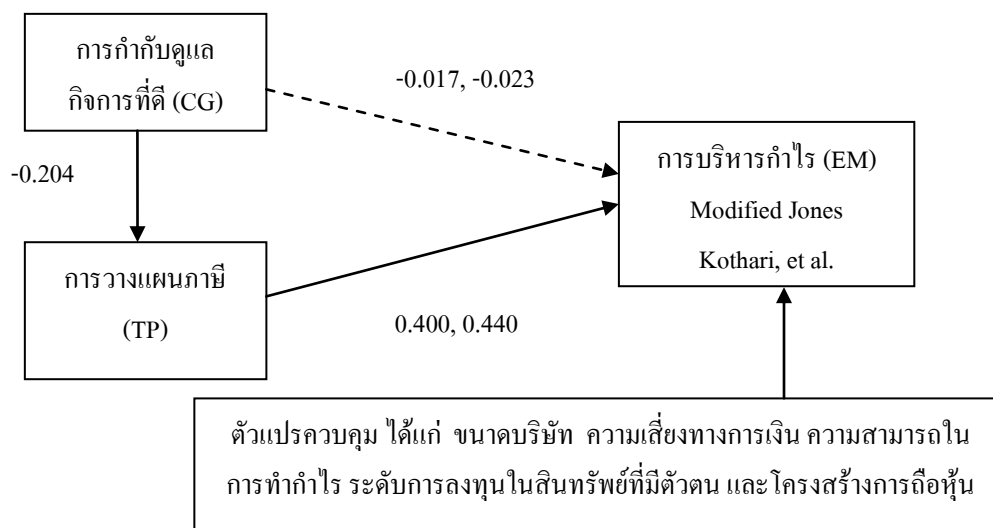
ของผู้ถือหุ้นสูงสุดต่อจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดสูงสุดเท่ากับ 43.99 โดยมีรายละเอียดของค่าเฉลี่ยของตัวแปรในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมตามตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยของตัวแปรในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม จำนวนบริษัท	กลุ่ม 1	กลุ่ม 2	กลุ่ม 3	กลุ่ม 4	กลุ่ม 5	กลุ่ม 6	กลุ่ม 7	รวม
	35	29	62	70	23	71	36	326
CG	74.53	73.43	73.22	74.87	82.22	74.74	78.81	75.32
EM (Modified Jones)	-0.002	0.036	0.013	0.024	-0.012	-0.015	-0.065	-0.001
EM (Kothari)	-0.004	0.032	0.010	0.022	-0.013	-0.016	-0.070	-0.003
TP	0.020	0.017	0.016	0.013	0.024	0.019	0.020	0.018
SIZE	22.07	21.34	21.84	22.47	23.92	22.00	22.35	22.19
LEV	0.41	0.32	0.41	0.55	0.52	0.43	0.57	0.46
ROA	0.110	0.058	0.063	0.039	0.087	0.056	-0.007	0.055
CAP	0.36	0.26	0.39	0.20	0.46	0.42	0.22	0.33
OWN	38.80	35.97	43.99	35.94	38.22	38.18	39.51	38.82

หมายเหตุ : กลุ่ม 1 คือ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่ม 2 คือ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่ม 3 คือ กลุ่มวัตถุดิบและสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่ม 4 คือ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่ม 5 คือกลุ่มทรัพยากร กลุ่ม 6 คือ กลุ่มบริการ และกลุ่ม 7 คือ กลุ่มเทคโนโลยี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เส้นทางความสัมพันธ์ที่มีวิธีการประมาณค่าที่เกี่ยวข้องด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Estimates) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ ใช้สถิติในการตรวจสอบความพอเหมาะพอดี (Fit) ได้แก่ ค่า p-Value ต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติค่าอัตราส่วนของ Chi-Square/degree of freedom (χ^2/df) มีค่าน้อยกว่า 3.00 ค่า Goodness of Fit Index (GFI) มีค่ามากกว่า 0.90 และค่า Comparative Fit Index (CFI) มีค่ามากกว่า 0.95 ค่า Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) มีค่าน้อยกว่า 0.06 และค่า Root Mean Square Residual (RMR) มีค่าน้อยกว่า 0.08 พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกับตัวแบบทางทฤษฎี Modified Jones (1991) (p-Value = 0.950, χ^2/df = 0.004, GFI = 1.000, CFI = 1.000, RMSEA = 0.000, RMR = 0.000) และ Kothari, et al. (2005) (p-Value = 0.936, χ^2/df = 0.006, GFI = 1.000, CFI = 1.000, RMSEA = 0.000, RMR = 0.000) นอกจากนั้นลูกศร → แสดงถึงมีนัยสำคัญทางสถิติ และลูกศร - → แสดงถึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งตัวเลขที่แสดงเป็นค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน โดยตัวเลขข้างหน้าและข้างหลังเป็นผลการวิจัยที่ใช้ตัวแบบของ Modified Jones (1991) และ Kothari, et al. (2005) ตามลำดับ ที่แสดงไว้ตามภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 แสดงเส้นทางการสัมพันธ์ของการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีผลกระทบต่อการบริหารกำไร

ผลการวิเคราะห์เส้นทางการสัมพันธ์ ที่ใช้ตัวแปรการวัดค่าการบริหารกำไรตามตัวแบบของ Modified Jones (1991) และ Kothari, et al. (2005) สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ตามลำดับ โดยอิทธิพลทางตรง แสดงให้เห็นว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการบริหารกำไร (CG → EM) มีค่าเท่ากับ -0.017 และ -0.023 และมีอิทธิพลในเชิงลบกับการวางแผนภาษี (CG → TP) มีค่าเท่ากับ -0.204 รวมทั้งการวางแผนภาษีมียอิทธิพลในเชิงบวกกับการบริหารกำไร (TP → EM) มีค่าเท่ากับ 0.400 และ 0.440 ตามลำดับ

อิทธิพลทางอ้อม แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรทำนวยมีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรตาม โดยผ่านตัวแปรกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งการคำนวณค่าอิทธิพลทางอ้อมจะนำค่าอิทธิพลทางตรง (β) มาคูณกัน ดังนั้นการกำกับดูแลกิจการที่ดีผ่านคะแนนการประเมินมีอิทธิพลทางอ้อมกับการบริหารกำไร ผ่านการวางแผนภาษี (CG → TP → EM) มีค่าเท่ากับ -0.082 และ -0.090 และอิทธิพลรวมมีค่าเท่ากับ -0.099 และ -0.113 ตามลำดับ

การทดสอบเพิ่มเติม (Additional Test) เนื่องจากข้อมูลในแต่ละประเภทอุตสาหกรรมมีจำนวนน้อย ซึ่งไม่สามารถประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่เหมาะสมได้ ดังนั้นเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลงานวิจัยให้มากยิ่งขึ้น จึงทำการทดสอบเพิ่มเติม โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมออกเป็น 7 กลุ่มตามการแบ่งกลุ่มของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งใช้ตัวแปรเทียม (0,1) เป็นตัววัด พบว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่มีอิทธิพลกับการบริหารกำไร ขณะที่การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการวางแผนภาษี และการวางแผนภาษีมียอิทธิพลในเชิงบวกกับการบริหารกำไร ซึ่งอิทธิพลดังกล่าว ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มวัสดุดิบและสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จะมีมากกว่ากลุ่มเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ *, ** แสดงถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.001 ตามลำดับ ที่แสดงไว้ในตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ โดยเพิ่มตัวแปรควบคุมกลุ่มอุตสาหกรรม

ความสัมพันธ์ ของตัวแปร	ค่า สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ค่าความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	ค่า สัมประสิทธิ์ ถดถอยปรับ มาตรฐาน	t	p-Value	F	p	Adjusted R ²
CG→EM (J)	0.000	0.001	-0.062	-0.986	0.325	5.842	0.000	0.152
CG→EM (K)	0.000	0.001	-0.074	-1.159	0.247	4.899	0.000	0.126
CG→TP	0.000	0.000	-0.177	-3.151	0.002 [*]	13.379	0.000	0.314
TP→EM (J)	1.909	0.299	0.372	6.377	<0.0001 ^{**}	9.878	0.000	0.247
TP→EM (K)	2.095	0.298	0.411	7.029	<0.0001 ^{**}	9.636	0.000	0.242

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ไม่พบว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลทางตรงกับการบริหารกำไร อย่างไรก็ดี การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลในเชิงลบกับการวางแผนภาษี และการวางแผนภาษีมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการบริหารกำไร ดังนั้นการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงมีอิทธิพลทางอ้อมในเชิงลบกับการบริหารกำไร ผ่านการวางแผนภาษี ที่สอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียและงานวิจัยของ Bergstresser, and Philippon (2006) Lanis, and Richardson (2011) และ Marques, et al. (2011) อธิบายได้ว่าเป็นเพราะ โครงสร้างของกลุ่มธุรกิจไทยยังมีการถือหุ้นแบบปิดกั้น ซึ่งผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมใช้เป็นเกราะป้องกันตนเองในกรณีที่มีการบริหารงานขาดประสิทธิภาพ หรือไม่โปร่งใส ตลอดจนสามารถควบคุมและใช้อำนาจกับบริษัททุกแห่งของกลุ่มธุรกิจในเครือเดียวกัน ทำให้กระบวนการกำกับดูแลกิจการไม่มีประสิทธิภาพ (Connelly, et al., 2012) แต่เมื่อบริษัทเปิดเผยข้อมูลค่าใช้จ่ายภาษีเพิ่มขึ้น จะช่วยลดความไม่เท่าเทียมกันในการรับรู้ข้อมูลระหว่างบุคคลภายในและบุคคลภายนอก รวมทั้งเจ้าหน้าที่รัฐ จึงได้รับคะแนนการกำกับดูแลกิจการเพิ่มขึ้นและลดการวางแผนภาษีลง ซึ่งการวางแผนภาษีที่ลดลงนั้นส่งผลกระทบท่อการบริหารกำไรในทางลดลง

ตัวแปรควบคุม พบว่าขนาดบริษัทมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการวางแผนภาษี และความสามารถในการทำกำไรมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการบริหารกำไร แต่มีอิทธิพลในเชิงลบกับการวางแผนภาษี จึงสรุปผลการวิจัยได้ว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลทางอ้อมในเชิงลบกับการบริหารกำไร โดยการกำกับดูแลกิจการที่ดีช่วยลดการวางแผนภาษีลง ซึ่งส่งผลกระทบท่อการบริหารกำไรในทางลดลง

ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกกฎระเบียบของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย เช่น สำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) บรรษัทภิบาลแห่งชาติ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย นำไปพิจารณาใช้ประกอบการปรับปรุง แก้ไขกฎหมายและระเบียบข้อบังคับให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งกรมสรรพากร นำไปพิจารณาใช้ประกอบการกำหนดนโยบายการตรวจสอบตลาดทุน โดยใช้คะแนนการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี กล่าวคือ

บริษัทที่ได้รับคะแนนการกำกับดูแลกิจการในระดับสูง แสดงถึงมีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง ซึ่งอาจช่วยลดเวลาในการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่รัฐ นอกจากนี้ผู้บริหารกิจการ สามารถพิจารณาใช้ประกอบการจัดสรรบุคลากรและงบประมาณเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ เช่น การแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ คณะกรรมการตรวจสอบ เป็นต้น เพื่อแสดงถึงความโปร่งใสและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่นักลงทุน

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรมตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดประเภทไว้ได้ เนื่องจากในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมีจำนวนข้อมูลไม่เพียงพอในการประมวลผลข้อมูล รวมทั้งการวางแผนภาษีจะจำกัดเฉพาะภาษีเงินได้นิติบุคคลเท่านั้น

รายการอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2554. หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2554, จาก

<http://www.set.or.th>

ธัญพร ดันติวงศ์. 2552. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนภาษีและความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับมูลค่าของกิจการ: หลักฐานเชิงประจักษ์จากประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บข.ด., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ปัญญา อิศระวรานิข. 2554. “ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์ผ่านคุณภาพของรายการคงค้าง: หลักฐานเชิงประจักษ์จากประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ บข.ด., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

วิวรรษา ฐปสมุทร์. 2550. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของคณะกรรมการตรวจสอบกับการจัดการกำไรในงบไตรมาสของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บข.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

Bergstresser, D., and Philippon, T. 2006. “CEO Incentives and Earnings Management” *Journal of Financial Economics*, 80: 511-529.

Chang, J.C., and Sun, H.L. 2009. Crossed-listed foreign firms’ earnings informativeness, earnings management and disclosures of corporate governance information under SOX. *The International Journal of Accounting*, 44, 1-32.

Chen, K.Y., Elder, R.J., and Hsieh, Y.M. 2007. Corporate Governance and Earnings Management: The Implications of Corporate Governance Best-Practice Principles for Taiwanese Listed Companies. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 3(2), 73-105.

Connelly, J.T., Limpaphayom, P., and Nagarajan, N.J. 2012. “Form versus substance: The effect of ownership structure and corporate governance on firm value in Thailand.” *Journal of Banking & Finance*, 36: 1722-1743.

- Dechow, P.M., Sloan, R.G., and Sweeney, A.P. 1995. "Detecting earnings management." **The Accounting Review**, 70, 2: 193-225.
- Desai, M.A., and Dharmapala, D. 2006. "Corporate tax avoidance and high-powered incentives." **Journal of Financial Economics**, 79: 145-179.
- Erickson, M., Hanlon, M., and Maydew, E.L. 2004. "How Much Will Firms Pay for Earnings That Do Not Exist? Evidence of Taxes Paid on Allegedly Fraudulent Earnings." **The Accounting Review**, 79, 2: 387-408.
- Guthrie, K., and Sokolowsky, J. 2010. "Large shareholders and the pressure to manage earnings." **Journal of Corporate Finance**, 16: 302-319.
- Hanlon, M., Mills, L., and Slemrod, J. 2005. "An Empirical Examination of Corporate Tax Noncompliance." **Working Paper No. 1025**, University of Michigan.
- Jones, J.J. 1991. Earnings Management During Import Relief Investigations. **Journal of Accounting Research**, 29(2), 193-228.
- Kothari, S., Leone, A., Wasley, C. 2005. "Performance matched discretionary accrual measures." **Journal of Accounting and Economics**, 39: 163-197.
- Lanis, R., and Richardson, G. 2011. "The effect of board of director composition on corporate tax aggressiveness." **Journal Account. Public Policy**, 30: 50-70.
- Marques, M., Rodrigues, L.L., and Craig, R. 2011. "Earning management induced by tax planning: The case of Portuguese private firms." **Journal of International Accounting, Auditing and Taxation**, 20: 83-96.
- Othman, H.B., and Zeghal, D. 2006. "A study of earnings-management motives in the Anglo-American and Euro-Continental accounting models: The Canadian and French cases." **The International Journal of Accounting**, 41: 406-435.
- Phillips, J., Pincus, M., and Rego, S.O., 2002. **Earnings Management: New Evidence Base on Deferred Tax Expense**. Retrieved December 25, 2010, from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=276997

นโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้น: กรณีศึกษาบริษัทที่จดทะเบียน

ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

DIVIDEND POLICY AND STOCK PRICE VOLATILITY: A CASE STUDY OF THE LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

เสาวลักษณ์ สุทธินันท์

นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: Sutthinunthakorn.s@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษานโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้น กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2552-2556 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร มีค่าเฉลี่ยในการจ่ายเงินปันผลสูงสุด ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยความผันผวนของราคาหุ้นมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่านโยบายเงินปันผลในแต่ละอุตสาหกรรม ขนาดบริษัทและหนี้สินระยะยาวของบริษัทมีความแตกต่างกัน และมีเพียงการเจริญเติบโตของบริษัทเท่านั้นที่ไม่แตกต่าง ในส่วนของความผันผวนของราคาหุ้นพบว่าหนี้สินระยะยาวเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน และผลการศึกษายังพบอีกว่านโยบายการเงินปันผล ขนาดบริษัทหนี้สินระยะยาวส่งผลกับความผันผวนของราคาหุ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการเติบโตของบริษัทไม่ส่งผลต่อความผันผวนของราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับเดียวกัน โดยที่อัตราเงินปันผลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผันผวนของราคาหุ้น ในขณะที่ขนาดบริษัทหนี้สินระยะยาวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความผันผวนของราคาหุ้น และประเภทอุตสาหกรรมที่อยู่ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ ยังคงไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความผันผวนของราคาหุ้น ในขณะที่ประเภทบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ส่งผลต่อความผันผวนของราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: นโยบายเงินปันผล, ความผันผวนของราคาหุ้น

ABSTRACT

The objective of this research is to study Dividend policy and stock price volatility of the listed companies in the Stock Exchange of Thailand (SET) from 2009 to 2013 The results showed that the resources industry . With the average of the highest dividend . While the technology industry , the average volatility of the stock price as possible It was also found that the dividend policy in each industry. Company size and long-term

debt of the company are different. And only the growth of the company, the only difference. The volatility of stock price, only long-term debt that are not only different. The study also found that the dividend policy, Company size, long term debt impact on the volatility of the stock price. Statistically significant at the 0.05 level. The growth of the company, does not affect the volatility of stock prices at the same level of statistical significance. The dividend is associated with fluctuations in the direction of stock prices. While larger companies Long-term debt relationships in the opposite direction to the volatility of stock prices. And the industrial sector in the property and construction industry is still no statistically significant relationship to the volatility of the stock price. While this type of address. While the types of companies that are in other industries affect the volatility of the stock price significantly

KEYWORD: Dividend Policy, Volatility

บทนำ

การลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์นั้นเป็นการที่ผู้ลงทุนนำเงินมาใช้ในการซื้อหลักทรัพย์โดยหวังที่จะได้รับกระแสเงินสดจากการถือหลักทรัพย์นั้นและมุ่งหวังให้หลักทรัพย์มีมูลค่าสูงขึ้น ดังนั้น การลงทุนที่ประสบความสำเร็จ คือ การที่ผู้ลงทุนได้รับอัตราผลตอบแทนตามที่ตนคาดหวังไว้จากการลงทุนในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยผู้ลงทุนจะเข้าไปซื้อหลักทรัพย์ที่ผู้ลงทุนมั่นใจว่าจะสร้างผลกำไรในวันข้างหน้า ซึ่งการเข้าไปซื้อหลักทรัพย์ดังกล่าวผู้ลงทุนจะมีฐานะเป็นส่วนหนึ่งของเจ้าของกิจการ และจะได้รับเงินปันผลที่จ่ายจากกำไรที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจนั้น การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์นั้นมีทั้งรูปแบบของการเก็งกำไรที่หวังผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์เป็นหลัก หรือเรียกว่า Capital Gain และการลงทุนในระยะยาวที่มุ่งหวังผลกำไรของบริษัทและได้ผลตอบแทนในรูปแบบของเงินปันผล (Dividend) (สุรัช จันทรจรัส และ มณฑนา มาขุนทด, 2555)

เงินปันผลเป็นผลตอบแทนส่วนหนึ่งของผู้ถือหุ้นที่ควรจะได้รับจากการเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ นอกเหนือไปจากผลตอบแทนที่จะได้จากกำไรส่วนต่างของราคาซื้อขายหลักทรัพย์ นักลงทุนบางรายพอใจที่จะเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีการจ่ายเงินปันผล เนื่องจากความเชื่อว่าการรับเงินปันผลจะให้ความแน่นอนมากกว่ากำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์การลงทุนในหลักทรัพย์ที่ไม่มีการจ่ายเงินปันผลหรือจ่ายเงินปันผลน้อยจะมีความเสี่ยงมากกว่าการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีการจ่ายเงินปันผลในอัตราสูง นอกจากนี้ความต้องการในการรับเงินปันผลของนักลงทุนยังมีความแตกต่างกันออกไป โดยจำนวนเงินปันผลที่มีการประกาศจ่ายขึ้นอยู่กับนโยบายเงินปันผลของแต่ละกิจการ (อภิญา อารมณชื่น, 2550) อัตราเงินปันผล หรือ Dividend Yield นับเป็นตัวแปรที่สำคัญตัวแปรหนึ่งที่มีส่วนต่อการตัดสินใจต่อการลงทุนของนักลงทุน แสดงให้เห็นถึงการเติบโตโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์ในด้านต่างๆที่จะช่วยตัดสินใจเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่ตนเองมีความสนใจและการลงทุนในแต่ละครั้งต้องได้ผลตอบแทนกลับมา (อภิวัฒน์ สุริยเดชสกุล, 2544)

ดังนั้นนโยบายเงินปันผลจะส่งผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของราคาหุ้นได้โดยถ้านักลงทุนคาดการณ์ว่าเงินปันผลจ่ายจะสูงขึ้นอัตราผลตอบแทนของหุ้นตัวนั้นย่อมสูงขึ้นตามในทางกลับกันหากนักลงทุน

คาดการณ์ว่าเงินปันผลจ่ายจะลดลงอัตราผลตอบแทนของหุ้นตัวนั้นย่อมลดลงตาม (สุพรรณษา หนูเพชร, 2550) การที่นักลงทุนจะซื้อขายหลักทรัพย์นั้นนักลงทุนย่อมมุ่งหวังให้หลักทรัพย์มีมูลค่าสูงขึ้นและคาดหวังว่าจะได้รับอัตราผลตอบแทนตามที่ตนคาดหวังไว้ อย่างไรก็ตามหลักฐานเชิงประจักษ์ในเรื่องนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้นมีข้อโต้แย้งกันเช่นผลการศึกษาของ Miller and Modigliani (1961) พบว่ากิจการจะจ่ายเงินปันผลหรือไม่ไม่มีผลต่อมูลค่าบริษัทไม่แตกต่างกันเพราะมูลค่ากิจการขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำกำไรไม่ได้ขึ้นอยู่กับวิธีการแบ่งสัดส่วนของกำไร ดังนั้นนโยบายเงินปันผลจึงไม่มีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ขณะที่ Gordon (1963) and Linter (1962) กล่าวว่าเงินปันผลมีความสำคัญต่อมูลค่ากิจการ เนื่องจากมีความเชื่อว่าการจ่ายเงินปันผลส่งผลให้มูลค่าหุ้นสามัญเพิ่มขึ้นแต่ในอีกมุมหนึ่ง Litzemberger and Ramaswamy (1985) มีความคิดที่แตกต่างออกมาโดยกล่าวว่า การจ่ายเงินปันผลทำให้ผู้ถือหุ้นเสียผลประโยชน์เนื่องจากเงื่อนไขทางด้านภาษี ดังนั้นการไม่จ่ายเงินปันผลบริษัทจะสามารถนำกำไรไปลงทุนต่อหรือนำไปปรับปรุงการดำเนินงานได้ ส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้นและนำไปสู่ราคาหุ้นที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องนโยบายเงินปันผลว่ามีความสัมพันธ์กับผันผวนของราคาหุ้นเพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารในการกำหนดนโยบายเงินปันผลเพื่อนำไปใช้บริหารและพัฒนาอุตสาหกรรมและช่วยในการตัดสินใจลงทุนในหุ้นของนักลงทุน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบของนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้นตามคุณลักษณะของบริษัท
- 3 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของนโยบายเงินปันผลกับความผันผวนราคาหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ทฤษฎีความไม่เกี่ยวข้องของเงินปันผล (Dividend Irrelevance Theory) ทฤษฎีนโยบายเงินปันผลที่ไม่มีผลต่อราคาตลาดของหุ้นสามัญ (Dividend Irrelevance theory) ผู้เสนอทฤษฎีนี้คือ Miller and Modigliani (1961) โดยมีหลักสำคัญว่า มูลค่าของบริษัท ขึ้นอยู่กับความสำคัญในการทำกำไรและความเสี่ยงของธุรกิจของบริษัทเอง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือมูลค่าของกิจการขึ้นอยู่กับรายได้จากทรัพย์สินของบริษัทเท่านั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่ารายได้นั้นจะนำมาแบ่งอย่างไรระหว่างเงินปันผลกับกำไรสะสม และจะไม่ขึ้นกับรูปแบบของการจ่ายเงินปันผลแต่อย่างใด

ทฤษฎีลูกนกในกำมือ (The Bird in the Hand Theory) ทฤษฎีนโยบายเงินปันผลที่ไม่มีผลต่อราคาตลาดของหุ้นได้ถูกหยิบยกขึ้นมากถกเถียงในหมู่นักวิชาการอย่างกว้างขวาง โดย Gordon and Lintner (2005) ได้โต้แย้งว่าผู้ถือหุ้นจะเห็นความแตกต่างระหว่างการจ่ายเงินปันผลและการกักเงินไว้เป็นกำไรสะสมเพื่อการลงทุน นั่นคือตามทฤษฎีที่ว่า การจ่ายเงินปันผลสูงมีผลทำให้ราคาหุ้นสามัญเพิ่มสูงขึ้น (High Dividends Increase Stock Value) ถ้าจ่ายเงินปันผลสูงจะทำให้มูลค่าหุ้นสามัญสูง ผู้ถือหุ้นพอใจที่จะได้รับผลประโยชน์ในรูปแบบเงินปันผลขณะนี้

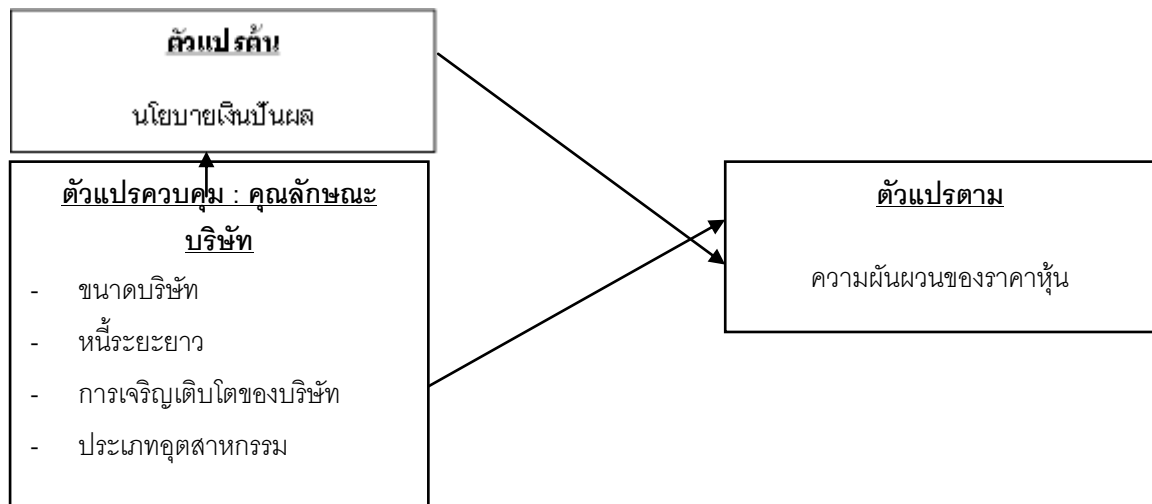
มากกว่าเพราะมีความแน่นอนกว่าการรอรับผลประโยชน์ในรูปของมูลค่าหุ้นที่เพิ่มขึ้นจากการกันกำไรสะสมเพื่อการลงทุนของบริษัท

ทฤษฎีการจ่ายเงินปันผลโดยคำนึงถึงภาษี (Tax Preference Theory) ทฤษฎีการจ่ายเงินปันผลโดยคำนึงถึงภาษี (Tax Preference Theory) เป็นหนึ่งในทฤษฎีที่สำคัญเกี่ยวกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลทฤษฎีได้รับการพัฒนาเป็นครั้งแรกโดย Litzenger and Ramaswamy (1979) อ้างว่านักลงทุนต้องการส่วนต่างราคาหุ้นมากกว่าเงินปันผลเนื่องจากส่วนต่างของราคาหุ้นสามัญต่ำกว่าอัตราภาษีที่ได้จากเงินปันผลในประเทศสหรัฐอเมริกา มีเหตุผลอยู่สามประการที่ทำให้ให้นักลงทุนยินดีที่จะให้บริษัทจ่ายเงินปันผลในอัตราต่ำๆ มากกว่าอัตราสูงๆ

ทฤษฎีการส่งสัญญาณเงินปันผล (Signaling Theory) แนวคิดนี้กล่าวว่าการที่บริษัทจ่ายเงินปันผลมากกว่าที่นักลงทุนคาดไว้นั้น เป็นสัญญาณว่าผู้บริหารคาดว่ากำไรในอนาคตจะสูงขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าจ่ายเงินปันผลน้อยเป็นสัญญาณว่าผู้บริหารคาดว่ากำไรในอนาคตไม่สู้จะดีนัก Miller and Modigliani (1961) จึงแย้งว่าปฏิกิริยาของนักลงทุนต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราการจ่ายเงินปันผลไม่ได้แสดงว่านักลงทุนชอบเงินปันผลมากกว่ากำไรสะสมแต่การที่ราคาหุ้นสามัญมีการเปลี่ยนแปลงเป็นผลมาจากข้อมูลที่สำคัญที่แฝงอยู่ในการประกาศจ่ายเงินปันผล

ทฤษฎีความมีประสิทธิภาพของตลาด (Efficient Market) ตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Market) หมายถึง ความสามารถที่ราคาหลักทรัพย์ในตลาดได้สะท้อนให้เห็นผลจากข้อมูลข่าวสาร และเป็นตลาดที่มีนักลงทุนจำนวนมาก โดยที่แต่ละคนล้วนแต่มีข้อมูลข่าวสารครบถ้วนสมบูรณ์เหมือนกัน การคาดการณ์และการประมวลมูลค่าหลักทรัพย์ของนักลงทุนแต่ละราย ทำให้เกิดอุปสงค์และอุปทานในราคาหลักทรัพย์ ซึ่งจะสะท้อนผลออกมาในรูปของราคาหลักทรัพย์ ณ เวลานั้น แต่หากข้อมูลข่าวสารกระจายได้ไม่ทั่วถึงหรือใช้ในลักษณะข้อมูลภายใน คือการนำข้อมูลภายในมาใช้ก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะหรือนักลงทุนรายย่อย ซึ่งจะทำให้เกิดการผิดปกติของข้อมูล ซึ่งอาจแบ่งระดับความมีประสิทธิภาพตามระดับของข้อมูลข่าวสารที่แพร่ไปสู่ นักลงทุน สามารถเป็นได้เป็น 3 ระดับดังนี้ คือ 1. ความมีประสิทธิภาพในระดับต่ำ 2. ความมีประสิทธิภาพในระดับกลาง 3. ความมีประสิทธิภาพในระดับสูง (สุรพร พรชัย, 2556)

ความผันผวน (Volatility) ตลาดการเงินให้ความสนใจกับความเสี่ยงซึ่งเป็นการแปรปรวนของผลตอบแทนในสินทรัพย์หากบริษัทใดมีความไม่แน่นอนของอัตราผลตอบแทนสูงจะทำให้เกิดความเสียหายมากยิ่งขึ้นดังนั้นความผันผวนของราคาหุ้นจะสามารถพิจารณาได้จากความกว้างของการแกว่งของราคาหุ้นหรือผลตอบแทนจากการลงทุน นั้นหมายถึงถ้าการลงทุนใดมีความผันผวนของราคาหุ้นหรือผลตอบแทนต่ำ ความเสี่ยงในการลงทุนย่อมต่ำตามเช่นกัน (อัญญา ชันวิทย์, 2547)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษา นโยบายเงินปันผลกับความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ ข้อมูลที่ใช้ศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 306 บริษัทซึ่งจำแนกได้เป็น กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สินค้าอุปโภคและบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ทรัพยากร บริการ และเทคโนโลยี ทั้งนี้ไม่รวมธุรกิจการเงิน ได้แก่ ธนาคาร ประกันภัยและประกันชีวิต และเงินทุนและหลักทรัพย์ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีโครงสร้างทางการเงินที่แตกต่างโดยศึกษาบริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วนทุกปีตั้งแต่ 2552-2556 ในการเก็บข้อมูลตัวแปรต้น ตัวแปรควบคุม และตัวแปรตาม เก็บจากข้อมูลจากฐานข้อมูล DataStream มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา เพื่อนำไปใช้ทดสอบสมมติฐานทั้ง 7 ข้อ โดยวิธี Multiple Regression แบบ Panel Data Analysis

ในการตอบคำถามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบของนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในแต่ละปีของช่วงเวลาที่ศึกษา และในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนในการตอบคำถามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ใช้สถิติเชิงอนุมาน F-Test เปรียบเทียบนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้นตามคุณลักษณะของบริษัท และในการตอบคำถามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การวิเคราะห์นโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้น ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) โดยเป็นข้อมูลแบบภาคตัดขวางผสมเวลา (Panel Data) ในการทดสอบสมมติฐาน และยอมรับค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งการใช้วิธีวิจัยแบบ Multiple Regression ยังสอดคล้องกับวิธีวิจัยของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตที่ต่างก็เลือกใช้วิธีเดียวกันนี้ สามารถเขียนสมการในการทดสอบได้ดังนี้

$$P.vol_{it} = a_0 + a_1DY_{it} + a_2Size_{it} + a_3Debt_{it} + a_4AsGrt_{it} + a_5DY_{it}Size_{it} + a_6DY_{it}Debt_{it} + a_7DY_{it}AsGrt_{it} + \epsilon_{it} + Dum_{it} \quad (2)$$

กำหนดให้

$P.vol_{it}$	ความผันผวนของราคาหุ้นหาได้จากการประมาณค่าแบบ HLOC (หน่วย: ปี)
DY_{it}	อัตราเงินปันผลของหุ้นบริษัท i ณ ปีที่ t หาได้จากเงินปันผล / ราคาหุ้นปัจจุบัน (หน่วย: ร้อยละ)
$\ln(Size_{it})$	ลอการิทึมของขนาดของบริษัทของบริษัท i ณ ปีที่ t หาได้จากราคาหุ้น $\times$ หุ้นที่บริษัทถือครอง (หน่วย: ร้อยละ)
$Debt_{it}$	หนี้สินระยะยาวของบริษัท i ณ ปีที่ t หาได้จากหนี้สินระยะยาว/สินทรัพย์รวม (หน่วย: ร้อยละ)
$AsGRT_{it}$	การเติบโตของสินทรัพย์ของหลักทรัพย์ i ในปี t หาได้จากการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์รวมจากปีที่ผ่านมา (หน่วย: ร้อยละ)
Industry Dummy Variable _{it}	ตัวแปรหุ่นที่แทนกลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของบริษัท i ณ ปีที่ t โดยที่ $Industry_1$ มีค่าเท่ากับ 1 ถ้าของบริษัท i ณ ปีที่ t อยู่ในอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มิฉะนั้นจะมีค่าเท่ากับ 0 $Industry_2$ มีค่าเท่ากับ 1 ถ้าของบริษัท i ณ ปีที่ t อยู่ในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภค มิฉะนั้นจะมีค่าเท่ากับ 0 $Industry_3$ มีค่าเท่ากับ 1 ถ้าของบริษัท i ณ ปีที่ t อยู่ในอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม มิฉะนั้นจะมีค่าเท่ากับ 0 $Industry_4$ มีค่าเท่ากับ 1 ถ้าของบริษัท i ณ ปีที่ t อยู่ในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง มิฉะนั้นจะมีค่าเท่ากับ 0 $Industry_5$ มีค่าเท่ากับ 1 ถ้าของบริษัท i ณ ปีที่ t อยู่ในอุตสาหกรรมทรัพยากร มิฉะนั้นจะมีค่าเท่ากับ 0 $Industry_6$ มีค่าเท่ากับ 1 ถ้าของบริษัท i ณ ปีที่ t อยู่ในอุตสาหกรรมบริการ มิฉะนั้นจะมีค่าเท่ากับ 0

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร มีค่าเฉลี่ยในการการเงินปันผลสูงสุด ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยความผันผวนของราคาหุ้นมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่านโยบายเงินปันผลเฉลี่ยในแต่ละอุตสาหกรรม ในแต่ละขนาดบริษัทและในแต่ละระดับหนี้สินระยะยาวของบริษัทมีความแตกต่างกัน และมีเพียงการเจริญเติบโตของบริษัทเท่านั้นที่ไม่แตกต่าง ในส่วนของความผันผวนของราคาหุ้นพบว่ามีเพียงหนี้สินระยะยาวเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกันจากผลการศึกษาขั้นต้นสมมติฐานได้ว่า นโยบายการเงินปันผล ขนาดบริษัทหนี้สินระยะยาวส่งผลกับความผันผวนของราคาหุ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการเติบโตของบริษัทไม่ส่งผลต่อความผันผวนของราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับเดียวกัน โดยที่อัตราเงินปันผลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผันผวนของราคาหุ้น ในขณะที่ขนาดบริษัท หนี้สินระยะยาวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความผันผวนของราคาหุ้น และประเภทบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ ยังคงไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ ในขณะที่ประเภทบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ส่งผลต่อความผันผวนของราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผล

การวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบของนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้น จำแนกตามปีที่ศึกษา และกลุ่มอุตสาหกรรม โดยในวิทยานิพนธ์ได้หาค่าเฉลี่ย ค่ากลาง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของอัตราเงินปันผลและความผันผวน ดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบของนโยบายเงินปันผล

กลุ่มอุตสาหกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่ากลาง	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Ago_Food	4.7	4.1	0	24.28	4.13
Consumer	4.54	4	0	20.07	3.59
Industrials	4.75	3.91	0	51.02	5.42
Property_Con	3.63	2.47	0	17.37	3.95
Resources	5.88	4.18	0	67.96	7.9
Services	3.38	2.26	0	25.46	3.96
Technology	5.44	4.76	0	31.88	5.13

ตารางที่ 2 สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบของความผันผวน

กลุ่มอุตสาหกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่ากลาง	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Ago_Food	0.35	0.32	0.06	0.87	0.17
Consumer	0.33	0.27	0.05	1.96	0.23
Industrials	0.35	0.33	0.08	1.52	0.18
Property_Con	0.39	0.37	0.05	1.35	0.17
Resources	0.28	0.28	0.14	0.57	0.09
Services	0.34	0.31	0.02	1.41	0.17
Technology	0.47	0.34	0.08	6.00	0.68

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ใช้สถิติเชิงอนุมาน F-test เพื่อเปรียบเทียบนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้นตามคุณลักษณะบริษัท พบว่านโยบายเงินปันผลในแต่ละอุตสาหกรรม ขนาดบริษัทและหนี้สินระยะยาวของบริษัทมีความแตกต่างกัน และมีเพียงการเจริญเติบโตของบริษัทเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน ในส่วนของความผันผวนของราคาหุ้นพบว่ามีเพียงหนี้สินระยะยาวเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหุ้นตามคุณลักษณะบริษัท

ตัวแปร	นโยบายเงินปันผล		ความผันผวนอย่างไม่มีเงื่อนไข	
	F-test	P-value	F-test	P-value
1. ประเภทอุตสาหกรรม	7.3028	0.0000*	7.0285	0.0000*
2.ขนาดบริษัท ln(Size)	25.1012	0.0000*	28.784	0.0000*
3.หนี้สินระยะยาว (Debt)	8.4812	0.0002*	4.5847	0.1034
3.การเติบโตของ บริษัท (AsGRt)	1.8175	0.1628	12.4014	0.0000*

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

การวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) โดยเป็นข้อมูลแบบภาคตัดขวางผสมเวลา (Panel Data) ในการทดสอบสมมติฐาน และยอมรับค่านัยสำคัญที่ 0.05 จากผลการวิจัยในตารางที่ 4 พบว่า

ตารางที่ 4 สถิติเชิงปริมาณ วิเคราะห์ Multiple Regression แบบ Panel Data Analysis

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยประมาณ	P-value
DY	0.0137	0.0107*
Size	-0.0201	0.0003*
Debt	-0.0985	0.0273*
Asgrt	0.0335	0.0525
DY*ln(Size)	-0.0021	0.0050*
DY*Debt	0.0122	0.0275*
DY*AsGrt	-0.0057	0.0813
AGRO_FOOD	-0.1156	0.0444*
CONSUMERS	-0.1642	0.0041*
INDUSTRIALS	-0.1403	0.0054*
PROPERTY_CON	-0.0901	0.0680
RESOURCES	-0.1325	0.0407*
SERVICES	-0.1369	0.0053*
Adjusted R-squared	0.0226	

*ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

นโยบายเงินปันผล (DY) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อความผันผวนของราคาหุ้น (P.vol) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Zuriawati (2013) สอดคล้องกับทฤษฎีลูกนกในกำมือ (The Bird in the Hand Theory) ขนาดบริษัท (Size) มีผลกระทบทางในเชิงลบต่อความผันผวนของราคาหุ้น (P.vol) สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Sadiq (2013)หนี้สินระยะยาว (Debt) มีผลกระทบทางในเชิงลบต่อความผันผวนของราคาหุ้น (P.vol) สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Profilet (2012) การเจริญเติบโตของบริษัท (AsGRT) ไม่ส่งผลกระทบต่อความผันผวนของราคาหุ้น (P.vol) สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Shafai (2012)

ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆควรมีนโยบายเงินปันผลที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆเช่น ปัจจัยทางด้านขนาดบริษัท หนี้สินระยะยาวเพื่อจะทำให้ราคาหุ้นสูงขึ้นแต่สามารถลดความผันผวนของราคาหุ้นได้
2. นักลงทุนควรระมัดระวังการลงทุนหุ้นในที่มีราคาผันผวนด้วยการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความผันผวนของราคาหุ้น เช่นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางอุตสาหกรรม ลักษณะเฉพาะของแต่ละบริษัท วัฏจักรทางเศรษฐกิจ กฎหมายข้อบังคับ และสภาพทางการเมืองมาวิเคราะห์ด้วย
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายเงินปันผลและความผันผวนของราคาหลักทรัพย์กับตลาดหลักทรัพย์อื่น ๆ เช่น ตลาดหลักทรัพย์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และตลาดหลักทรัพย์ที่สำคัญอื่น ๆ เช่น ตลาดหลักทรัพย์ประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- สุพรรณา หนูเพชร. 2550. เงินปันผลกับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กรณีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- สุรัช จันทร์จรัส และ มันทนา มาขุนทด. 2555. การประมาณค่าความผันผวนและพยากรณ์ผลตอบแทนของหลักทรัพย์. วารสารวิชาการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สุพร พรชัย. 2556. ความมีประสิทธิภาพของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย :กรณีศึกษาบริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด (มหาชน) .วารสารการเงิน การธนาคาร และการลงทุน, ปีที่ 1 ฉบับที่ 3
- อภิญญา อารมณีนัน. 2550. การตอบสนองของราคาหลักทรัพย์จากการประกาศจ่ายเงินปันผลของบริษัท จดทะเบียนหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- อภิวัดน์ สุริยเดชสกุล. 2544. ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาหลักทรัพย์กับอัตราเงินปันผล. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัญญา ชันชวิทย์. 2547. การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- Bollerslev, Tim. 1986. "Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity." **Journal of Econometrics**, 31: 307-327.
- Dempsey, S. J., Lamber, G. and Rozeff S.M. "Dividend Policies in Practice: Is There an Industry Effect?" **Quarterly Journal of Business and Economics**, Vol. 32, No. 4
- Fama, E. F. & French, K. R. (1988). "Dividend Yield and Expected Stock Returns". **The Journal of Financial Economics**, 22, 3-25.
- Gordon, Myron J. 1963. "Optimal Investment and Financing Policy." **Journal of Finance**. Vol. 18 (May): 264-272.
- Hussainey, K., Mgbame, C. and Chijoke-Mgbame, A.M. 2011. Dividend Policy and Share Price Volatility : UK evidence. **The journal of risk finance**, vol. 12, NO. 1. pp. 57-68.
- Ilaboya and Aggreh. 2013. Dividend Policy and Share Price Volatility. **J. Asian Dev. Stud**, Vol. 2, Issue 2.
- Lintner, J. (1962) "Dividends, earnings, leverage, stock prices & supply of capital to corporations, **The Review of Economics and Statistics**, 46, 97 – 113
- .Lintner, John. 1962. "Dividends, Earnings, Leverage, Stock Prices, and the Supply of Capital to Corporations." **Review of Economics and Statistics**. Vol. 44 (August): 243-269.
- Litzenberger, Robert H. and Krishna Ramaswamy. 1979. The Effects of Personal Taxes and Dividends on Capital Asset Prices." **Journal of Financial Economics**. Vol. 7 (June): 163-196
- Mandelbrot B. B. (1963). The variation of certain speculative prices, **Journal of Business**, 36 (4), 392–417.

- Miller,M.H and K. Rock,1985. Dividend Policy under asymmetric information. **Journal of Financial Economics**, (49): 283-306
- Miller, M.H, and Modigliani, F (1961), “Dividend policy, growth and the valuation of shares”, **The Journal of Business**, Vol. 34, pp 411-33.
- Sadiq,M, 2013. Stock Price Volatilityin Relation to Dividend Policy; A case Study of Karachi Stock Market.Middle-fEast. **Journal of Scientific Research**, 13 (3): 426-431.
- Shafai B. Nor Anis. 2012. Dividend Policy and Share Price Volatility : Malasia Evidence. Master of Science Degree, Universiti Utara Malaysia
- Zuriawati Zakaria. 2012. The Impact of Dividend Policy on The Share Price Volatility Malaysian Construction and Material. **Companies Internation Journal Economics and Management Sciences**, Vol.2,No 5, pp. 01-08

ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากร ภาค 4

FACTORS AFFECTED THE FILING AND PRESENTING OF PERSONAL INCOME TAX VIA THE INTERNET IN REGIONAL REVENUE OFFICE 4

สาวิตรี นาคศรีม่วง

ลูกจ้างปฏิบัติการ 2-7 ธนาคารออมสินสาขาอินทร์บุรี

E-mail: kitty_noonum@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้เสียภาษีเกี่ยวกับการเลือกยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากร ภาค 4 เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่พบในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 และเพื่อศึกษาถึงการบริการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตภายใต้นโยบายการมีส่วนร่วมของประชาชนของกรมสรรพากรในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยใช้สถิติสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะใช้ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 อยู่ในระดับมาก รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ก็อยู่ในระดับมากเช่นกัน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการยื่นแบบและแสดงรายการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีโดยรวมแตกต่างกัน ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการยื่นแบบและแสดงรายการที่มีเพศต่างกัน และ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่พบในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีโดยรวมแตกต่างกัน

คำสำคัญ : การยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ระบบอินเทอร์เน็ต สำนักงานสรรพากร

ABSTRACT

The purposes of this research were: to study the personal factors that influence to taxpayers' opinion about the selection of the filings for personal income tax via the internet in the area of regional revenue office 4 to study the opinion about factors that influence to the filing of personal income tax via the internet in the area of regional revenue office 4 to study the opinion about problems and obstacles of filing the personal income tax via the internet in the area of regional revenue office 4 and to study the services of filing the personal income tax via the internet by under the policy of people's participation in the area of regional revenue office 4. The samples were 400 taxpayers (service users) who filing the personal income tax via internet in the area of regional revenue office 4. The research instruments were questionnaires by used the descriptive statistics for service user's data analysis. T-test dependent and one-way analysis of variance (ANOVA) were used for hypothesis testing.

The result of this research revealed that the factors of website format, charges, service channels, marketing promotion, service system, public relation, and the problems and obstacles had a high influent for filing the personal income tax via the internet. Hypothesis testing found that service users had a different opinion about factors that influence to the filing of personal income tax, included the service users who had different average monthly income and who had different gender. In addition, in overall service users who had different education level had a different opinion about the problems and obstacles of filing the personal income tax.

KEYWORD : Filing of Personal Income Tax Presenting of Personal Income Tax Internet System
Revenue Office

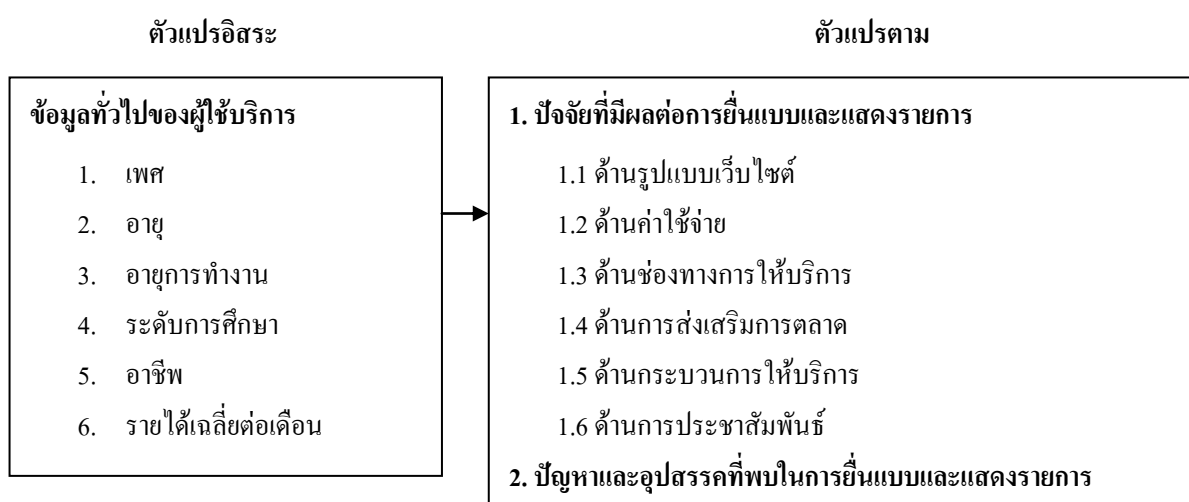
บทนำ

ในปัจจุบันการพัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก ประกอบกับกระแสความเปลี่ยนแปลงทางสังคมของโลกที่จะก้าวเข้าสู่สมาคมอาเซียน ทำให้ประเทศต้องมีการพัฒนาในหลายๆ ด้าน เป็นการเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาประเทศให้ก้าวต่อไป รัฐบาลจึงได้มีการสร้างการบริการในรูปแบบใหม่ๆ ทำให้ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของประชาชน โดยนาระบบ e-government มาใช้เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์ที่ยั่งยืนและต่อเนื่อง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการปฏิรูประบบราชการไทย รวมถึงเป็นกลไกที่จะเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาระบบงานทางอิเล็กทรอนิกส์ การปรับปรุงนี้เป็นการยกระดับการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นการขับเคลื่อนกระบวนการ การให้บริการแก่ประชาชนให้ได้รับประสิทธิภาพสูงสุด โดยให้หน่วยงานราชการเปิดให้บริการในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-service) เพื่อบริการประชาชนให้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด เวลา และเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดในการชำระภาษี

การขึ้นภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่กรมสรรพากรได้พยายามพัฒนาปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้ง่ายต่อการใช้งาน และมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต จากการศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการขึ้นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม (สุชาติ มูลทองข่อย, 2554) จะเห็นได้ว่าประชาชนได้ให้ความสนใจในการขึ้นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการขึ้นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 เพื่อดูความแตกต่างในด้านความรู้ความเข้าใจในการขึ้นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นประโยชน์ให้กรมสรรพากรจะได้ตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้อย่างเหมาะสม และยังทำให้มีการพัฒนาระบบการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

กรอบแนวความคิด แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการขึ้นแบบและแสดงรายการ ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการขึ้นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับภาษีอากร (สมคิด บางโม, 2554) มีเนื้อหาในการวิจัยดังนี้

หลักการภาษีอากรที่ดี จากแนวคิดของอดัม สมิท (Adam Smith, 1776) ได้วางหลักเกณฑ์ที่ดีในการจัดเก็บภาษีอากร ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง เป็นที่ยอมรับของนักทฤษฎีโดยทั่วไป โดยมีหลักการภาษีอากรที่ดีไว้ 4 ประการ ได้แก่ (1) หลักความเป็นธรรม (equity) (2) หลักความแน่นอน (certainty) (3) หลักความสะดวก (convenience) และ (4) หลักความประหยัด (economy) ซึ่งต่อมา เมื่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

ของโลกวิวัฒนาการ ทำให้ภาษีอากรทวีบทบาทและมีความสำคัญมากขึ้น ในแต่ละประเทศจึงได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับภาษีอากรที่ดีเพิ่มมากขึ้น 6 ประการ กล่าวคือ

1. หลักความเป็นธรรม (equity) ระบบภาษีอากรที่ดีต้องเป็นระบบที่มีความเป็นธรรมทั้งในระหว่างผู้เสียภาษีด้วยกันเองและระหว่างรัฐผู้จัดเก็บกับประชาชนผู้เสียภาษีอากรทั้งหลาย เพื่อทำให้เกิดความสมัครใจในการเสียภาษีอากรการจัดเก็บภาษีตามหลักความเป็นธรรมสัมพันธ (principle of relative equity)

2. หลักความแน่นอน (certainty) ภาษีอากรที่เรียกเก็บควรต้องมีความชัดเจนในแง่ของตัวบุคคล ผู้เสียภาษีฐานที่นำมาใช้คิดคำนวณภาษีอัตราที่เกี่ยวข้องกำหนดเวลาที่ต้องเสียภาษีและวิธีการชำระภาษี หากระบบภาษีอากรใดมีความแน่นอนและชัดเจนดังกล่าวแล้ว ย่อมสร้างความสมัครใจในการเสียภาษีอากรได้ดีขึ้น

3. หลักความเป็นกลาง (convenience) หมายถึง ภาษีอากรจะต้องไม่เปลี่ยนแปลงหรือกระทบกระเทือนรูปแบบการบริโภคหรือการออม การแข่งขัน การผลิตสินค้าและบริการของผู้ผลิต ตลอดจนการทำงานของกลไกตลาด ทัศนคติความเป็นกลางในลักษณะนี้มีรากฐานมาจากแนวความคิดที่ว่า ภาษีนั้นควรเป็นแหล่งรายได้ของรัฐเพียงอย่างเดียว รัฐบาลไม่ควรดำเนินการใด ๆ ที่จะกระทบกระเทือนต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของภาคเอกชน

4. หลักอำนาจรายได้ (economy) ในขณะที่บทบาทของรัฐบาลในทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศเพิ่มมากขึ้น ความจำเป็นในการหารายได้ภาษีเพื่อนำมาใช้จ่ายให้มากขึ้นจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ภาษีอากรที่ดีโดยมีวัตถุประสงค์เช่นว่านี้ จึงควรเป็นภาษีที่สามารถทำรายได้สูงให้กับรัฐบาล หากระบบภาษีอากรใดมีโครงสร้างที่อำนาจรายได้ให้กับรัฐบาลต่ำ เมื่อรัฐบาลมีความจำเป็นจะต้องจัดเก็บภาษีอากร เพื่อนำมาใช้จ่ายเพิ่มขึ้น รัฐบาลก็ต้องเพิ่มอัตรากาที่มีอยู่เดิมหรือเพิ่มการจัดเก็บประเภทภาษีใหม่ ๆ

5. หลักความยืดหยุ่น (flexibility) เป้าหมายสำคัญประการหนึ่งของการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจก็คือ การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจทั้งด้านราคาและด้านการจ้างงาน ดังนั้น ระบบภาษีอากรที่ดีจึงควรเป็นระบบช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจด้วย กล่าวคือ ภาษีอากรที่ดีจะต้องมีความยืดหยุ่นหรือปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้อย่างเหมาะสม

6. หลักประสิทธิภาพ (enforceability) ระบบภาษีอากรที่ดีต้องเป็นระบบที่สามารถจัดเก็บภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ควรเป็นระบบที่เสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บน้อยที่สุด ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากรนี้นอกจากจะเกิดขึ้นกับรัฐบาลในรูปเงินเดือนค่าจ้างที่จ่ายให้กับเจ้าหน้าที่ผู้จัดเก็บภาษีอากรหรือค่าใช้จ่ายสำหรับอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายในส่วนที่เกิดขึ้นกับผู้เสียภาษี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้เสียภาษีเกี่ยวกับการเลือกยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4

3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงเอกสารและการวิจัยเชิงปริมาณ
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาจากประชากร 255,585 คน คือ ผู้ยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 เลือกตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยหาค่าเฉลี่ยในแต่ละสำนักงานสรรพากรพื้นที่ทั้ง 11 แห่ง ในสำนักงานสรรพากรภาค 4
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม
4. วิธีการรวบรวมข้อมูล ศึกษาจาก 2 แหล่ง ได้แก่ ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องบทความการวิเคราะห์ทางวิชาการสิ่งพิมพ์ต่างๆ และได้ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม
5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐาน (1) การแจกแจงความถี่ (Frequency) (2) การหาค่าร้อยละ (Percentage) (3) ค่าเฉลี่ย (Mean) (4) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ทดสอบคุณลักษณะของตัวแปรคือการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม (เพศ) ได้แก่ สมมติฐานที่ 1 และ 7 ส่วนสมมติฐานที่เหลือผู้วิจัยจะทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA)

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ส่วนสมมติฐานที่เหลือผู้วิจัยจะทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ก็จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 - 40 ปี อายุการทำงานต่ำกว่า 5 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

ผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีโดยรวมแตกต่างกัน ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 ที่แตกต่างกัน ทำให้มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีในแต่ละด้าน ประกอบด้วย ด้านรูปแบบเว็บไซต์ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอาจเป็นเพราะ ปัจจัยด้านต่างๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการแสดงความคิดเห็นของผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุขจิ มุลทองย้อย (2554) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2 ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการที่มีเพศต่างกัน และที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่พบในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีโดยรวมแตกต่างกัน ผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 ที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่พบในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีมากกว่าผู้ให้บริการที่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเทพสมร วิภูษภรณ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการบริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 ซึ่งศึกษาถึงการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการบริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้น จากการผลการวิจัยพบว่าเมื่อจำแนกตามเพศซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม พบว่า โดยภาพรวมผู้เสียภาษีมีความพึงพอใจต่อการบริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในภาพรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความแตกต่างของของการศึกษาของผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่พบในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ ผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้เกิดความเข้าใจในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตไม่เหมือนกัน จึงทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเทพสมร วิภูษภรณ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการบริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 ผลการวิจัยพบว่าผู้เสียภาษีที่ให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ารายด้านรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

(1) ผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ต ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะความรู้เกี่ยวกับการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ต

(2) กรมสรรพากรควรมีการจัดอบรม เพิ่มความรู้ให้แก่ผู้ให้บริการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อให้เกิดความถูกต้องและเพื่อให้ข้อมูลมีประสิทธิภาพเชื่อถือได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาคอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์

(2) ควรมีการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบและแสดงรายการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 4 เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อกรมสรรพากรในการนำข้อมูลไปปรับปรุงและแก้ไขต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ดร.วรกร แซ่มเมืองปัก สำหรับคำแนะนำและความเอาใจใส่ดูแลในการติดตามความก้าวหน้าและขอขอบพระคุณอาจารย์ยุวดี เกรือรัฐติกาล และพี่ๆ และเพื่อนนักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม รุ่นที่ 8 ทุกคน ที่เป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ

รายการอ้างอิง

เทพสมร วิทยากรณ์. 2551. ความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการบริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

สมคิด บางโม. 2554. การภาษีอากรธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร

ศุขจิ มูลทองช้อย. 2554. ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Smith, A. 1904. *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. (volume 2). London: Dent & Sons.

**การประเมินประสิทธิภาพทางเทคนิคในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรใน
จังหวัดสกลนครโดยวิธี DATA ENVELOPMENT ANALYSIS (DEA)
EVALUATING TECHNICAL EFFICIENCY OF AGRICULTURAL
COOPERATIVES IN SAKON NAKHON PROVINCE BY USING DATA
ENVELOPMENT ANALYSIS (DEA)**

ดารุณี สังสิราช

นิสิตสาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: darunee_daly@hotmail.com

พรชัย สุภวิทพัฒนา

อาจารย์สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: fecopcsv@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิภาพทางเทคนิคในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรที่มีขนาดใหญ่มากในจังหวัดสกลนคร โดยวิธีวิเคราะห์ Data Envelopment Analysis (DEA) กลุ่มตัวอย่างคือ สหกรณ์การเกษตรที่มีขนาดใหญ่มากจังหวัดสกลนคร จำนวน 14 สหกรณ์ ศึกษาจากตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์ ปัจจัยผลิต คือ สินทรัพย์ถาวร และเงินเดือนพนักงาน ผลผลิตคือ รายได้ ใช้ข้อมูลทศวรรษจากข้อมูลทางการเงินปีบัญชี 2556 ผลการศึกษาพบว่าสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขผลตอบแทนคงที่ และผลตอบแทนต่อขนาดที่เปลี่ยนแปลงได้ มีจำนวน 2 และ 6 สหกรณ์ ตามลำดับ ทั้งสองเงื่อนไขมีค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพ 0.530 และ 0.740 เป็นระดับค่าประสิทธิภาพปานกลาง และระดับสูงตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่าสหกรณ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขผลตอบแทนคงที่ และผลตอบแทนต่อขนาดที่เปลี่ยนแปลงได้ มีจำนวน 1 และ 4 สหกรณ์ มีค่าเฉลี่ยความไม่มีประสิทธิภาพ 0.371 และ 0.636 ซึ่งค่าความไม่มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับ ต่ำ และปานกลาง ตามลำดับ ทำให้ทราบถึงกลุ่มสหกรณ์ 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ และมีขนาดที่เหมาะสม 2) กลุ่มสหกรณ์ที่ต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพและขนาดของสหกรณ์

คำสำคัญ: สหกรณ์การเกษตร, การประเมินประสิทธิภาพทางเทคนิค

ABSTRACT

The objective of this research was to evaluate the technical efficiency of agricultural cooperatives in Sakon Nakhon Province by using the technique of Data Envelopment Analysis (DEA). The investigation was

focused on 14 very-large-sized agricultural cooperatives in Sakon Nakhon Province. The economic variables used for the study consisted of two input variables: 1) fixed assets, and 2) staff costs, along with one output variable: income. The secondary data used for the analysis were drawn from the financial statements of the cooperatives for the year 2013. The results showed that two of the agricultural cooperatives were efficient according to analysis based on constant return to scale (CRS) method, compared with a figure of six which was produced by variable return to scale (VRS) system, with an average level of efficiency of 0.530 and 0.740, was medium-efficiency and high-efficiency, respectively. When applying inverse DEA, it was found that one agricultural cooperative was inefficient when constant return to scale (CRS) technique was applied, whilst use of variable return to scale (VRS) process demonstrated that four of them fitted into this category, with a typical degree of inverse efficiency of 0.371 and 0.636, was low-inefficiency and medium-inefficiency, respectively. It was concluded that there were two groups of agricultural cooperatives: those which performed efficiently and were of appropriate scale, and those which were in need of an improvement in terms of both performance efficiency, and scale.

KEYWORDS: Agricultural Cooperative, evaluate the technical efficiency

บทนำ

ประสิทธิภาพในการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารองค์กร เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดความอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจขององค์กร หากองค์กรใดมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน องค์กรนั้นย่อมมีแนวทางในการประกอบธุรกิจให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป และสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นๆได้ ซึ่งต้องมีการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรอยู่เสมอ เพราะจะเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้องค์กรทราบถึงแผนงานที่วางไว้ว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของการบริหารงานหรือไม่ รู้สถานะว่าอยู่ตรงจุดไหนของกลุ่ม และสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องขององค์กร และสามารถวางแผนงาน การกำหนดนโยบายการบริหารงานภายในอนาคตได้เป็นอย่างดี (ประสพชัย พสุนนท์, 2550)

องค์กรที่ทำธุรกิจภาคการเกษตรถือว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการเกษตรเกี่ยวข้องกับประชากรทั้งประเทศ มีบทบาททั้งในด้านการผลิตของอุตสาหกรรม ด้านอาหาร รวมไปถึงเป็นวัตถุดิบผลิตสินค้าเพื่อส่งออก จากโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ประชากรส่วนใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบอาชีพเกษตรกรรม ส่วนมากยังประสบปัญหาเกี่ยวกับการกระจายรายได้ การกระจายสินค้าและบริการที่ยังไม่ทั่วถึง โดยการวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเน้นการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดสกลนคร ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการทำนา ทำไร่ อ้อย ไร่มันสำปะหลัง การทำสวนผลไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ การปศุสัตว์ การประมงน้ำจืด สหกรณ์การเกษตรในจังหวัดสกลนครจึงมีความสำคัญอย่างมากที่จะเป็นองค์กรที่ช่วยสร้างศักยภาพการผลิตผลทางการเกษตร เนื่องจากการทำธุรกิจที่หลากหลายกับสมาชิกที่อยู่ในชุมชน และพร้อมที่จะสนับสนุนทางด้านเงินทุนให้กับสมาชิกอยู่เสมอ โดยลักษณะขนาดของสหกรณ์มีการจัดขนาดเป็น ขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ และใหญ่มาก ซึ่งขนาดจะแตกต่างกันตามทุน

ดำเนินงาน รายได้ธุรกิจหลัก และจำนวนสมาชิก โดยพบว่าสหกรณ์การเกษตรที่มีขนาดใหญ่มากเป็นสหกรณ์การเกษตรที่มีทุนดำเนินงาน และรายได้ธุรกิจหลักในปริมาณที่มาก รวมทั้งจำนวนสมาชิกมีจำนวนมากกว่า 200 คนขึ้นไป ด้วยลักษณะการดำเนินงานจึงทำให้มีความซับซ้อนในการบริหารงานมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงสนใจประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรที่มีขนาดใหญ่มากที่ในจังหวัดสกลนคร จำนวน 14 สหกรณ์ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธี Data Envelopment Analysis (DEA) ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้ในการประเมินประสิทธิภาพเนื่องจากไม่ต้องมีการกำหนดรูปแบบฟังก์ชันที่ใช้ในการพิจารณา และสามารถประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้ในกรณีที่มีปัจจัยการผลิตและผลผลิตหลายชนิด (อัครพงศ์ อันทอง, 2547)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินประสิทธิภาพทางเทคนิคในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรที่มีขนาดใหญ่มากในจังหวัดสกลนคร โดยวิธีวิเคราะห์ Data Envelopment Analysis (DEA)

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การวิเคราะห์การล้อมกรอบข้อมูล(Data Envelopment Analysis, DEA) เป็นวิธีที่ใช้การคำนวณหาเส้นพรมแดน (Frontier) โดยอาศัยหลักการคำนวณทางคณิตศาสตร์ที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ไม่จำเป็นต้องทราบลักษณะของประชากร ไม่ต้องกำหนดบริเวณวิกฤตและข้อตกลงเกี่ยวกับความคลาดเคลื่อน ไม่ต้องกำหนดการแจกแจงระหว่างผลผลิตและปัจจัยนำเข้า เรียกองค์กรที่ถูกประเมินว่า Decision Making Unit (DMU) (ประสพชัย พสุนนท์, 2549) หลักการทำงานของ DEA คือ เส้นพรมแดนที่เกิดจากการคำนวณด้วยวิธี DEA จะสร้าง Product Frontier เพื่อเชื่อมต่อกันของ DMU ต่างๆ ประกอบเป็น Frontier เชื่อมต่อเป็นเส้นตรง ซึ่งเป็นการสร้างเขตแดนการผลิตโดยการล้อมกรอบข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และอาศัยการแก้ไขปัญหาโปรแกรมเชิงเส้นตรงเพื่อคำนวณหาค่าประสิทธิภาพแต่ละหน่วยการผลิต เมื่อประเมินประสิทธิภาพแล้วพบว่ามี DMU ใดที่อยู่บน Frontier ก็สามารถบอกได้ว่า DMU นั้นมีประสิทธิภาพ 100% ในการใช้ปัจจัยการผลิตในจำนวนที่มีอยู่เพื่อผลิตผลผลิตที่มีอยู่ แต่ถ้า DMU ใดไม่ตั้งอยู่บน Frontier ก็ถือว่า DMU นั้นมีประสิทธิภาพต่ำกว่า 100% ซึ่งค่าประสิทธิภาพที่ลดลงจะเป็นสัดส่วนโดยตรงกับระยะห่างของ DMU ที่ใช้ปัจจัยการผลิตทุกชนิดมากเป็นสองเท่าของ DMU ที่มีประสิทธิภาพ 100% ในการผลิตผลผลิตในจำนวนเท่ากัน จะกล่าวได้ว่า ค่าดัชนี DMU ใดจะมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบปัจจัยผลิตและผลผลิตของ DMU นั้นเทียบกับปัจจัยผลิตและผลผลิตของ DMU อื่นๆ ที่ศึกษาโดยเฉพาะ DMU ที่ร่วมสร้าง Frontier เพื่อให้ DMU ที่กำลังศึกษาใช้เป็นมาตรฐานเปรียบเทียบ การประเมินประสิทธิภาพสามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทางคือ การวัดประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นที่ปัจจัยการผลิต (Input Oriented) และการวัดประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นที่ผลผลิต (Output Oriented) (วินัย พุทธิกุล, 2538) และประสพชัย พสุนนท์ (2548) กล่าวถึงการประเมินประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขผลตอบแทนคงที่(Constant Returns to scale, CRS) และภายใต้เงื่อนไขผลตอบแทนต่อขนาดผันแปร (The Variable Return to Scale Model, VRS) โดยการประเมินประสิทธิภาพมี n องค์กร ที่มี m เป็นปัจจัยนำเข้า และ s เป็นผลผลิต ใช้วัดประสิทธิภาพขององค์กรที่ q (DMU _{q}); $q = 1, 2, 3, \dots, n$ เป็นการพิจารณาด้านผลผลิตโดยมีลักษณะของผลตอบแทนคงที่(Constant Returns to scale, CRS) ดังฟังก์ชันวัตถุประสงค์

$$\begin{aligned}
 \text{Max } E_q &= \sum_{r=1}^s v_r y_{rq} \\
 \text{Subject to} & \\
 \sum_{i=1}^m u_i x_{iq} &= 1, \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \\
 \sum_{r=1}^s v_r y_{rj} - \sum_{i=1}^m u_i x_{ij} &\leq 0, \quad j = 1, 2, 3, \dots, n \\
 u_{ij} v_{ij} &\geq \varepsilon > 0, \quad r = 1, 2, 3, \dots, s
 \end{aligned} \quad (1)$$

Eq คือ ค่าประสิทธิภาพ x_{ij} คือ จำนวนปัจจัยนำเข้าที่ i จากองค์กรที่ j
 y_{ij} คือ จำนวนผลผลิตที่ r จากองค์กรที่ j u_i คือ ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยนำเข้าที่ i
 v_r คือ ค่าถ่วงน้ำหนักของผลผลิตที่ r m คือ จำนวนของปัจจัยนำเข้า
 s คือ จำนวนของผลผลิต n คือ จำนวนขององค์กร
 ε คือ ค่าบวกที่มีขนาดเล็ก

โดยที่ตัวแบบของโปรแกรมเชิงเส้นทุกตัวแบบสามารถสร้าง โปรแกรมเชิงเส้นที่มีความสัมพันธ์กับตัวแบบแรกเรียกว่าตัวแบบควบคู่ (Dual Model) ถ้าตัวแบบเดิมมีฟังก์ชันวัตถุประสงค์เป็นค่าสูงสุด ตัวแบบควบคู่จะมีฟังก์ชันวัตถุประสงค์เป็นค่าต่ำสุดในทางตรงกันข้าม ถ้าตัวแบบเดิมมีฟังก์ชันวัตถุประสงค์เป็นค่าต่ำสุด ตัวแบบควบคู่จะมีฟังก์ชันวัตถุประสงค์เป็นค่าสูงสุด และทั้งสองตัวแบบเป็นตัวแบบควบคู่ซึ่งกันและกัน ในกรณี DEA ถ้าตัวแบบเดิมเป็นการพิจารณาด้านผลผลิตแล้วตัวแบบควบคู่จะเป็นการพิจารณาด้านปัจจัยนำเข้า เมื่อใช้คุณสมบัติควบคู่ จากสมการ ซึ่งสามารถกำหนด $E, w_1, w_2, w_3, \dots, w_n$ เป็นตัวแบบควบคู่ที่สัมพันธ์กับเงื่อนไข 1, 2, ..., n+1 จัดอยู่ในฟังก์ชันรูปแบบทั่วไปในตัวแบบ CRS ในมุมมอง Input-Orientated เป็น โปรแกรมเชิงเส้น

$$\begin{aligned}
 \text{Min } E_q \quad \text{Subject to} & \\
 E_q x_{iq} - \sum_{j=1}^n w_j x_{ij} &\geq 0, \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \\
 \sum_{j=1}^n w_j y_{rj} - y_{rq} &\geq 0, \quad j = 1, 2, 3, \dots, n \\
 w_j &\geq 0, \quad r = 1, 2, 3, \dots, s
 \end{aligned} \quad (2)$$

และสามารถเขียนตัวแบบ CRS ในมุมมองของ Output-Oriented ดังนี้ฟังก์ชันวัตถุประสงค์ $\text{Max } T_q$

$$\begin{aligned}
 x_{iq} - \sum_{j=1}^n w_j x_{ij} &\geq 0, \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \\
 \sum_{j=1}^n w_j y_{rj} - T_q y_{rq} &\geq 0, \quad j = 1, 2, 3, \dots, n \\
 w_j &\geq 0, \quad r = 1, 2, 3, \dots, s
 \end{aligned} \quad (3)$$

ค่าประสิทธิภาพที่ได้จากสมการที่ (3) เป็นสมการผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ (The Constant Return to Scale Model, CRS) ซึ่งเป็นค่าประสิทธิภาพโดยรวม (Technical Efficiency) ที่ประกอบด้วยค่าประสิทธิภาพทางเทคนิคที่แท้จริง ที่สามารถหาได้จากการเพิ่มข้อจำกัดเข้าไปในสมการ และเรียกว่าสมการผลตอบแทนต่อขนาดผันแปร (The Variable Return to Scale Model, VRS) คะแนนประสิทธิภาพที่ได้จากตัวแบบนี้เรียกว่าค่าประสิทธิภาพเทคนิคแท้ ซึ่งใช้ประเมินประสิทธิภาพกรณีที่มีสภาพแข่งขันไม่สมบูรณ์ด้วยการเพิ่มเงื่อนไข $\sum_{j=1}^n w_j = 1$ ลงในตัวแบบควบคู่ CRS ในมุมมองของ Input-Orientated เป็นข้อจำกัดของความโล่งทำให้ VRS ดังสมการ

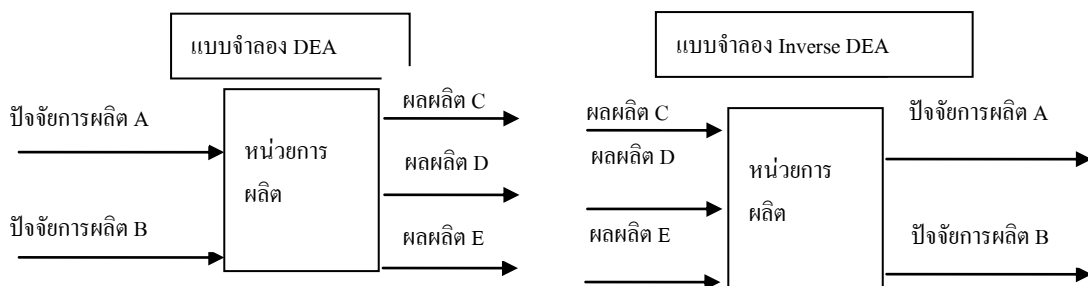
Min Eq Subject to

$$\begin{aligned} E_q x_{iq} - \sum_{j=1}^n w_j x_{ij} &\geq 0, \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \\ \sum_{j=1}^n w_j y_{rj} - y_{rq} &\geq 0, \quad j = 1, 2, 3, \dots, n, \quad r = 1, 2, 3, \dots, s \\ \sum_{j=1}^n w_j &= 1 \quad w_j \geq 0 \end{aligned} \quad (4)$$

และสามารถเขียนตัวแบบ VRS ในมุมมองของ Output-Orientated ดังฟังก์ชันวัตถุประสงค์ $\text{Max } T_q$

$$\begin{aligned} x_{iq} - \sum_{j=1}^n w_j x_{ij} &\geq 0, \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \\ \sum_{j=1}^n w_j y_{rj} - T_q y_{rq} &\geq 0, \quad j = 1, 2, 3, \dots, n, \quad r = 1, 2, 3, \dots, s \\ \sum_{j=1}^n w_j &\leq 1 \quad w_j \geq 0 \end{aligned} \quad (5)$$

ค่าประสิทธิภาพที่เป็นส่วนประกอบในค่าประสิทธิภาพ (E_q) ที่ได้จากสมการที่ (4) คือค่าประสิทธิภาพต่อขนาด (Scale Efficiency) ถ้า DMU ใดมีค่า CRS = VRS หมายถึงมีประสิทธิภาพด้านขนาด คือ DMU มีความสามารถในการเพิ่มผลผลิตเพียงแต่เปลี่ยนแปลงขนาดธุรกิจด้วยการเพิ่มหรือลดขนาดการใช้ปัจจัยการนำเข้าให้เหมาะสม โดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงทางเทคนิคใด ๆ ซึ่งค่าของ CRS VRS และ SE จะมีค่าอยู่ตั้งแต่ 0 ถึง 1 ถ้า SE = 1 แสดงว่ามีประสิทธิภาพด้านขนาดเหมาะสม แต่ถ้า SE < 1 แสดงว่า DMU มีประสิทธิภาพด้านขนาดไม่เหมาะสม การเพิ่มประสิทธิภาพด้านขนาดทำได้โดยเพิ่มหรือลดขนาดของปัจจัยการผลิต ซึ่งมี 3 แบบ คือ 1) องค์กรมีขนาดเหมาะสม 2) องค์กรที่ควรปรับลดขนาด 3) องค์กรที่ควรปรับเพิ่มขนาด การพิจารณาประสิทธิภาพด้านขนาดขององค์กรทำได้โดยคำนวณคะแนนประสิทธิภาพของตัวแบบ Non-Increasing Return to Scale ซึ่งได้จากการแทนค่า $\sum_{j=1}^n w_j = 1$ ใน VRS ด้วย $\sum_{j=1}^n w_j \leq 1$ และสามารถพิจารณาดังนี้ ถ้า SE = 1 หรือ CRS = VRS แสดงว่า DMU มีขนาดที่เหมาะสม ถ้า NIRS = VRS หรือ NIRS $\neq$ CRS แสดงว่า DMU ควรปรับลดขนาด ถ้า NIRS $\neq$ VRS หรือ NIRS = CRS แสดงว่า DMU ควรปรับเพิ่มขนาด (ประสพชัย พสุนันท์, 2556)

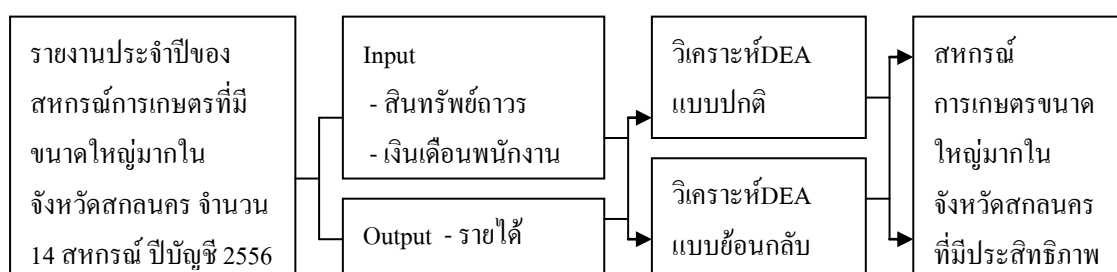


ภาพประกอบ 1 การวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ (Inverse DEA)

จากภาพประกอบ 1 จะเห็นได้ว่าเป็นการวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ ซึ่งเป็นการกลับตัวแปรปัจจัยการผลิต A และ B ในแบบจำลองการวิเคราะห์ DEA แบบปกติ ให้เป็นตัวแปรผลผลิตของแบบจำลองวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ และกลับตัวแปรผลผลิต C D และ E ของแบบจำลองการวิเคราะห์ DEA แบบปกติให้เป็นตัวแปรปัจจัยการผลิตของแบบจำลองวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ ซึ่งผลของตัวแปรการวิเคราะห์แบบปกติจะอยู่บนหรือใกล้เคียง Frontier ของความมีประสิทธิภาพ และสามารถจำแนกองค์กรที่มีประสิทธิภาพ (Best Practice

Frontier) ได้ ในขณะที่การวิเคราะห์ DEA ย้อนกลับจะอยู่บนหรือใกล้เคียง Frontier ของความไม่มีประสิทธิภาพ และสามารถจำแนกองค์กรที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Worst Practice Frontier) ได้ (จันทร์จิรา ประมวญพิสุทธิ์, 2546)

วิธีวิเคราะห์ Data Envelopment Analysis (DEA) จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล วิธีที่นิยมใช้คือ DEAP 2.1, DEA-Solver 8.0, DEA Excel solver, EMS, LIMDEP, DEA Frontier-Solver, และ PIM-DEAsoft (อัครพงศ์ อันทอง, 2547) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีการศึกษาผลประกอบการของสหกรณ์การเกษตรในปัจจุบันด้วยวิธีวิเคราะห์ DEA ด้วยโปรแกรม DEA Excel Solver พบว่า สหกรณ์การเกษตรขนาดเล็กมากมีความเสี่ยงของผลประกอบการจำนวน 14 แห่ง สหกรณ์การเกษตรขนาดเล็กมีจำนวน 55 แห่ง สหกรณ์การเกษตรขนาดกลางมีจำนวน 58 แห่ง สหกรณ์การเกษตรขนาดใหญ่มีจำนวน 43 แห่ง และสหกรณ์การเกษตรขนาดใหญ่มากมีจำนวน 113 แห่ง (กฤตตานน ห่อทองคำ, 2550) การประเมินประสิทธิภาพสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดเพชรบุรี จากการวิเคราะห์ DEA โดยใช้โปรแกรม DEAP 2.1 พบว่ามีสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพจำนวน 4 และ 5 สหกรณ์ เมื่อวัดประสิทธิภาพด้วยตัวแบบ CCR และ BCC ตามลำดับ เมื่อพิจารณาประสิทธิภาพสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ประสิทธิภาพสูง ปานกลาง และต่ำ (ประสพชัย พสุนนท์, 2556) และ Guzman and Arcas (2008) ศึกษาประสิทธิภาพทางเทคนิคในสหกรณ์การเกษตรจากข้อมูลทางการเงินของประเทศสเปน ใช้ตัวแปรในการประเมินประสิทธิภาพทางเศรษฐศาสตร์ปัจจัยผลิตคือ ค่าจ้างพนักงาน และสินทรัพย์ถาวร ผลผลิตคือ รายได้ พบว่าประเมินด้วยตัวแบบ CCR, BCC และ SE มุมมองด้านผลผลิต มีค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพเท่ากับ 0.18, 0.26 และ 0.72 มุมมองด้านปัจจัยผลิตตัวแบบ BCC และ SE มีค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพเท่ากับ 0.29 และ 0.67 ตามลำดับ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป DEA Excel solver เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ สามารถเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้จากภาพประกอบ 2 ดังนี้



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างคือสหกรณ์การเกษตรขนาดใหญ่มากในจังหวัดสกลนครจำนวน 14 สหกรณ์ คือสหกรณ์การเกษตรกุดบาก จำกัด(DMU1) สหกรณ์การเกษตรกุสุมาลย์ จำกัด(DMU2) สหกรณ์การเกษตรเขตจตุรพักตินพอกใหญ่ จำกัด(DMU3) สหกรณ์การเกษตรคำตากล้า จำกัด(DMU4) สหกรณ์การเกษตรเต่างอย จำกัด(DMU5) สหกรณ์การเกษตรนิคมน้ำอูน จำกัด(DMU6) สหกรณ์การเกษตรพรรณานิคม จำกัด(DMU7) สหกรณ์การเกษตรพังโคน จำกัด(DMU8) สหกรณ์การเกษตรเมืองสกลนคร จำกัด(DMU9) สหกรณ์การเกษตรวานรนิวาส จำกัด(DMU10) สหกรณ์การเกษตรวาริชภูมิ จำกัด(DMU11) สหกรณ์การเกษตรสว่างแดนดิน จำกัด(DMU12) สหกรณ์การเกษตรส่องดาว จำกัด(DMU13) และสหกรณ์การเกษตรอากาศอำนวย จำกัด(DMU14) เป็นสหกรณ์ที่

ดำเนินการวิจัยด้วยกัน ใช้ข้อมูลทุกภูมิภาคซึ่งเก็บรวบรวมจากรายงานประจำปี ปีบัญชี 2556 ใช้ตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์ จากโมเดลของ (Guzman and Arcas, 2008) คือ สินทรัพย์ถาวร และเงินเดือนพนักงาน ตัวแปรผลผลิตคือ รายได้ วิเคราะห์โดยใช้ DEA Excel Solver โดยคำนวณประสิทธิภาพของตัวแบบ CRS ตัวแบบ VRS และ SE เพื่อหาองค์กรที่มีประสิทธิภาพ และคำนวณประสิทธิภาพของตัวแบบ CRS และตัวแบบ VRS แบบย้อนกลับเพื่อวิเคราะห์ค่าความไม่มีประสิทธิภาพของสหกรณ์

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางเทคนิคในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรที่มีขนาดใหญ่มากในจังหวัดสกลนครในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS VRS และ SE แบบปกติ จากตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์

DMU	Normal DEA			Inverse DEA	
	CRS	VRS	SE	CRS	VRS
1	0.467	0.668	0.699D	0.32	0.523
2	0.396	0.687	0.576D	0.251	0.341
3	0.669	1	0.669D	0.192	0.212
4	0.099	0.274	0.363I	1	1
5	1	1	1.000C	0.099	0.363
6	1	1	1.000C	0.311	0.506
7	0.472	1	0.472D	0.21	0.262
8	0.986	1	0.986D	0.423	1
9	0.271	0.805	0.337D	0.366	1
10	0.568	1	0.568D	0.306	0.821
11	0.336	0.392	0.857D	0.561	1
12	0.419	0.731	0.573D	0.348	0.718
13	0.382	0.384	0.996D	0.479	0.735
14	0.359	0.419	0.855I	0.324	0.424
Mean	0.530	0.740	0.710	0.371	0.636

หมายเหตุ: C = Constant, I = Increasing, D = Decreasing

จากตารางที่ 1 พบว่า สหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขผลตอบแทนคงที่ (CRS) มี 2 สหกรณ์ คือ DMU5, DMU6 และผลตอบแทนต่อขนาดที่เปลี่ยนแปลงได้ (VRS) มี 6 สหกรณ์ คือ DMU3, DMU5, DMU6, DMU7, DMU8, และ DMU10 ทั้งสองเงื่อนไขมีค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพ 0.530 และ 0.740 เป็นระดับค่าประสิทธิภาพปานกลาง และระดับสูง และสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพด้านขนาดคือ DMU5, DMU6 มีค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพด้านขนาด 0.710 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่าสหกรณ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขผลตอบแทนคงที่ (CRS) มี 1 สหกรณ์คือ DMU4 และผลตอบแทนต่อขนาดที่เปลี่ยนแปลงได้ (VRS) มี 4 สหกรณ์ คือ DMU4,

DMU8, DMU9 และ DMU11 มีค่าเฉลี่ยความไม่มีประสิทธิภาพ 0.371 และ 0.636 ซึ่งค่าความไม่มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับต่ำ และปานกลาง โดยสามารถแบ่งกลุ่มสหกรณ์ได้ดังนี้

1. กลุ่มสหกรณ์ที่มีผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ (Constant) มีค่าประสิทธิภาพเท่ากับ 1 เป็นกลุ่มสหกรณ์ที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นในสัดส่วนเดียวกับการเพิ่มปัจจัยที่ก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งกลุ่มสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานทั้ง 3 แบบ คือ ประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS ตัวแบบผลตอบแทน VRS และ SE มี 2 สหกรณ์คือ DMU5 และ DMU6 เป็นสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูงมาก เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS และ ตัวแบบ VRS คือ ต่ำมาก และ ต่ำ ตามลำดับ ซึ่งเป็นระดับที่สอดคล้องกับระดับความมีประสิทธิภาพ

2. กลุ่มสหกรณ์ที่มีผลตอบแทนต่อขนาดลดลง (Decreasing) เป็นสหกรณ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพด้านขนาดและควรปรับลดขนาด ซึ่งเป็นกลุ่มสหกรณ์ที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มในสัดส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มปัจจัยผลิตที่ก่อให้เกิดรายได้ จึงควรมีการลดปัจจัยการผลิตเพื่อให้เหมาะสมกับรายได้ มีจำนวน 10 สหกรณ์ ดังนี้

2.1 สหกรณ์ที่มีระดับค่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS และตัวแบบ VRS มีค่าประสิทธิภาพสูงมากคือ DMU8 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพตัวแบบ CRS ปานกลาง ตัวแบบ VRS สูงมาก แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS มีการจัดสรรปัจจัยการผลิตแต่การสร้างรายได้อยู่ในระดับปานกลาง ประสิทธิภาพในตัวแบบ VRS อาจมีความเสี่ยงเนื่องจากสามารถสร้างรายได้ได้น้อยมาก

2.2 สหกรณ์ที่มีระดับค่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS สูง และตัวแบบ VRS สูงมาก คือ DMU3 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS ต่ำมาก ตัวแบบ VRS ต่ำ ซึ่งมีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับระดับความมีประสิทธิภาพ

2.3 สหกรณ์ที่มีระดับค่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS ปานกลาง และตัวแบบ(VRS) สูงมากมี 2 สหกรณ์ คือ DMU7 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าประสิทธิภาพต่ำในตัวแบบ CRS สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์มีการจัดสรรปัจจัยการผลิตเพื่อสร้างรายได้อยู่ในระดับปานกลาง แต่สามารถสร้างผลผลิตได้ดีในด้านตัวแบบ VRS มีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพต่ำ ซึ่งมีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับระดับความมีประสิทธิภาพ และพบว่า DMU10 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS ต่ำ สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์ มีการจัดสรรปัจจัยการผลิตเพื่อสร้างรายได้อยู่ในระดับปานกลาง แต่สามารถสร้างผลผลิตได้ดี ด้านตัวแบบ VRS มีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพสูงมาก สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์มีการจัดสรรปัจจัยการผลิตเพื่อสร้างรายได้ได้ดี แต่สามารถสร้างรายได้ได้น้อยมาก

2.4 สหกรณ์ที่มีระดับค่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS ปานกลาง และตัวแบบ VRS สูง มี 2 สหกรณ์ คือ DMU1 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS ต่ำ สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์ มีการจัดสรรปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับปานกลางและสามารถสร้างรายได้ได้ดี ในตัวแบบ VRS ระดับความไม่มีประสิทธิภาพปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์มีการจัดสรรปัจจัยการผลิต แต่สามารถสร้างรายได้อยู่ในระดับปานกลาง และ DMU12 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS ต่ำ สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์ มีการจัดสรรปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง แต่สามารถสร้างรายได้ได้ดี ในตัวแบบ VRS ระดับความไม่มีประสิทธิภาพสูง สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์มีการจัดสรรปัจจัยการผลิตได้ แต่สามารถสร้างรายได้ได้น้อย

2.5 สหกรณ์ที่มีระดับค่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS ต่ำ และ ตัวแบบ VRS มีประสิทธิภาพสูง มีจำนวน 2 สหกรณ์ คือ DMU2 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่าระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพต่ำ ในตัวแบบ CRS ซึ่งเป็นระดับที่ยังไม่ค่อยสอดคล้องกับค่าความประสิทธิภาพ สะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้สหกรณ์ไม่มีประสิทธิภาพ แต่ด้านรายได้สหกรณ์ยังมีการจัดสรรการดำเนินงานที่ดีอยู่ ในส่วนตัวแบบ VRS มีระดับความไม่มีประสิทธิภาพต่ำ และ DMU9 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่าระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพต่ำ สะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้สหกรณ์ไม่มีประสิทธิภาพ แต่ด้านรายได้สหกรณ์ยังมีการจัดสรรการดำเนินงานที่ดีในตัวแบบ VRS มีระดับความไม่มีประสิทธิภาพสูงมาก สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์มีการจัดสรรปัจจัยการผลิต แต่อาจจะมีความเสี่ยงเนื่องจากสามารถสร้างรายได้ได้น้อย

2.6 สหกรณ์ที่มีระดับค่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS และตัวแบบ VRS ต่ำ มี 2 สหกรณ์ คือ DMU11 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพตัวแบบ CRS ปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์ไม่มีประสิทธิภาพและการสร้างรายได้ที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ในตัวแบบ VRS มีระดับความไม่มีประสิทธิภาพสูงมาก และ DMU13 เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS ปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์ไม่มีประสิทธิภาพและการสร้างรายได้ที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ในตัวแบบ VRS มีระดับความไม่มีประสิทธิภาพสูงซึ่งสอดคล้องกับค่าประสิทธิภาพ

3. ผลตอบแทนต่อขนาดเพิ่มขึ้น (Increasing) เป็นสหกรณ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพด้านขนาด โดยสหกรณ์ในกลุ่มนี้สามารถสร้างรายได้เพิ่มในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มปัจจัยผลิตที่ก่อให้เกิดรายได้ และสามารถเพิ่มขนาดการดำเนินงานได้อีก โดยการเพิ่มปัจจัยการผลิตให้มาก มีจำนวน 2 สหกรณ์ คือ DMU14 เป็นสหกรณ์ที่มีระดับค่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS ต่ำ และตัวแบบ VRS มีระดับค่าประสิทธิภาพปานกลาง เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS ต่ำ ซึ่งเป็นระดับที่ยังไม่ค่อยสอดคล้องกับค่าความประสิทธิภาพ และสะท้อนให้เห็นว่า สหกรณ์ไม่ยังมีการจัดสรรปัจจัยการผลิตไม่ดี แต่สามารถสร้างรายได้ในการดำเนินงานได้ ส่วนในตัวแบบ VRS ระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพปานกลาง ซึ่งเป็นระดับที่สอดคล้องกับค่าความประสิทธิภาพ และ DMU4 เป็นสหกรณ์ที่มีระดับค่าประสิทธิภาพในตัวแบบ CRS ต่ำ มาก ตัวแบบ VRS มีค่าประสิทธิภาพต่ำ เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่ามีระดับค่าความไม่มีประสิทธิภาพ ตัวแบบ CRS และตัวแบบ VRS สูงมาก ทั้ง 2 แบบ ซึ่งเป็นระดับที่สอดคล้องกับค่าความประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

จากการประเมินประสิทธิภาพทางเทคนิคของสหกรณ์การเกษตรที่มีขนาดใหญ่มากในจังหวัดสกลนคร ปี 2556 พบว่าสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขผลตอบแทนคงที่ และผลตอบแทนต่อขนาดที่เปลี่ยนแปลงได้ มีจำนวน 2 และ 6 สหกรณ์ ตามลำดับ ทั้งสองเงื่อนไขมีค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพ 0.530 และ 0.740 เป็นระดับค่าประสิทธิภาพปานกลาง และระดับสูงตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ DEA แบบย้อนกลับ พบว่าสหกรณ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพภายใต้เงื่อนไขผลตอบแทนคงที่ และผลตอบแทนต่อขนาดที่เปลี่ยนแปลงได้ มีจำนวน 1 และ 4 สหกรณ์ ตามลำดับ มีค่าเฉลี่ยความไม่มีประสิทธิภาพ 0.371 และ 0.636 ซึ่งค่าความไม่มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับต่ำ และปานกลาง ตามลำดับ และสามารถอธิบายกลุ่มสหกรณ์ออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1)กลุ่มสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพและมีขนาดที่เหมาะสม ซึ่งเป็นกลุ่มสหกรณ์ที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นในสัดส่วนเดียวกับการเพิ่มปัจจัยที่

ก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งอยู่ในจุดที่เหมาะสม มีจำนวน 2 สหกรณ์ คือ DMU5 และ DMU6 2) กลุ่มสหกรณ์ที่ต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพและขนาดของสหกรณ์ และเป็นสหกรณ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพด้านขนาด โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ กลุ่มสหกรณ์ที่มีผลตอบแทนต่อขนาดลดลง ซึ่งเป็นกลุ่มสหกรณ์ที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มในสัดส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มปัจจัยผลิตที่ก่อให้เกิดรายได้ จึงควรมีการลดปัจจัยการผลิตเพื่อให้เหมาะสมกับรายได้ หรือ ต้องมีการบริหารจัดการรายได้เพื่อให้สมดุลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดรายได้ มีจำนวน 10 สหกรณ์คือ DMU8, DMU3, DMU7, DMU10, DMU1, DMU12, DMU2, DMU9, DMU11 และ DMU13 ลักษณะที่สองคือ กลุ่มสหกรณ์ที่มีผลตอบแทนต่อขนาดเพิ่มขึ้น โดยสหกรณ์ในกลุ่มนี้สามารถสร้างรายได้เพิ่มในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มปัจจัยผลิตที่ก่อให้เกิดรายได้ และสามารถเพิ่มขนาดการดำเนินงานได้อีกโดยการเพิ่มปัจจัยการผลิตให้มากขึ้น มีจำนวน 2 สหกรณ์ คือ DMU14 และ DMU4

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นถึงสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ และสหกรณ์ที่ยังขาดประสิทธิภาพของสหกรณ์การเกษตรขนาดใหญ่มากในภาคจังหวัดสกลนคร โดยใช้ปัจจัยผลิตและผลผลิตทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งได้แก่ การจัดสรรปัจจัยทางด้านสินทรัพย์ถาวร และด้านการบริหารพนักงาน ซึ่งกลุ่มสหกรณ์ที่มีประสิทธิภาพและมีขนาดที่เหมาะสมควรรักษาระดับประสิทธิภาพหรือเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้มากขึ้น และกลุ่มสหกรณ์ที่ต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพและขนาดของสหกรณ์ สหกรณ์เหล่านี้ต้องมีการปรับกลยุทธ์และวิธีการวางแผนการบริหารด้านสินทรัพย์ และด้านพนักงานให้สอดคล้องกันเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้กับสหกรณ์ และในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพโดยใช้วิธี DEA เพื่อกำหนดค่าประสิทธิภาพเชิงเทคนิค เป็นอีกวิธีที่สามารถนำมาเป็นทางเลือกในการตัดสินใจที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินประสิทธิภาพของสหกรณ์ แต่ทั้งนี้การศึกษาควรที่จะพิจารณาตัวแปรที่จะนำมาใช้ในปัจจัยนำเข้า และปัจจัยผลิตว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ เพื่อทำให้การศึกษามีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤตานัน ห่อทองคำ. 2550. การประเมินความเสี่ยงสหกรณ์การเกษตรจากผลการดำเนินงาน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จันทจิรา ประมวณพิสุทธิ์. 2546. การทำนายผลประกอบการของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรในภาคเหนือตอนบนโดยวิธีการวิเคราะห์เส้นห่อหุ้ม. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประสพชัย พสุนนท์. 2548 “การประเมินประสิทธิภาพองค์กรด้วยวิธี Data Envelopment Analysis.” วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 28,108: 34-41.
- ประสพชัย พสุนนท์. 2549. “การประเมินประสิทธิภาพองค์กรด้วยวิธี DEA: ตัวแบบ CCR และตัวแบบ BCC.” วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 29,112: 31-42.

- ประสพชัย พสุนนท์. 2550. “การประเมินประสิทธิภาพองค์กรด้วยวิธี DEA: ตัวแบบ RCCR และการคำนวณโดยวิธี Excel.” วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 30(114): 25-38.
- ประสพชัย พสุนนท์. 2556. “การประเมินประสิทธิภาพของสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดเพชรบุรี.” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี 6(2): 811-831.
- วินัย พุทธิกุล. 2538. “เทคนิคการวัดประสิทธิภาพขององค์กร โดยวิธี Data Envelopment Analysis.” วารสารเศรษฐกิจมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2,1: 113-119
- อักรพงศ์ อ้นทอง. 2547. คู่มือการใช้โปรแกรม DEAP 2.1 สำหรับการวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้วยวิธี Data Envelopment Analysis. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Guzman, I. and N. Arcas. 2008. “The usefulness of accounting information in the measurement of technical efficiency in Agricultural Cooperatives.” *Annals of and Cooperative Economics*, 79,1: 107-131

ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือน : กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING HOUSEHOLD'S SAVING : A CASE
STUDY OF BANGKOK METROPOLIS

ปัทมา โกเมนที่จรัส

อาจารย์สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : pattama.ko@spu.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาในด้านของรูปแบบของการออม ปริมาณเงินออม และจุดมุ่งหมายในการออม 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณเงินออม โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติขั้นพื้นฐาน และการทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออม โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านรูปแบบการออม กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกรูปแบบการออมในรูปของเงินฝากธนาคาร ในด้านของปริมาณเงินออมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีระดับปริมาณเงินออมที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ในด้านของจุดมุ่งหมายในการออม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจุดมุ่งหมายการออมในระดับมาก จะเป็นการออมเพื่อเป็นแหล่งลงทุนในอนาคต เพื่อช่วยให้ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความมั่นคง เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน และเพื่อไว้ใช้ในยามชรา 2) ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณเงินออม พบว่า อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ รายจ่าย และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออมอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : การออมของครัวเรือน

ABSTRACT

The purposes of this study were: 1) To study saving behavior of population in Bangkok metropolis which consists of saving scheme, the amount of saving money and the purpose of saving 2) To study factors affecting the amount of saving. This research was quantitative research using survey research method and collect data by questionnaire. Number of samples size were 400. The data were statistically analyzed using basic statistics. The factors related to the amount of saving were analyzed by Chi-square statistic.

It was found that 1) Saving behavior on sample group about the saving scheme was bank deposit. The sample group of most people having the amount of saving money was less than 5,000 baht per month. The purpose of saving at large amount was for future investment, to support economic status of household, for any

other emergency expenses, and to be expenses in old-aged period. 2) Factors affecting the amount of saving were age marital status, education, occupation, income, expenses and family member which related to the amount of saving at 0.05 level significance.

KEYWORDS : Household' s Saving

บทนำ

เงินออมถือเป็นแหล่งเงินทุนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งถ้าหากประเทศมีการออมในประเทศที่สูงแล้ว ก็จะทำให้สามารถลดการพึ่งพิงเงินทุนจากต่างประเทศได้มาก ทั้งนี้สืบเนื่องจากถ้าประเทศมีการพึ่งพิงเงินทุนจากต่างประเทศในจำนวนมากแล้ว ก็จะส่งผลกระทบต่อไปยังเสถียรภาพของเศรษฐกิจได้

เมื่อทำการพิจารณาการออมเบื้องต้นของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 ในตารางที่ 1.1 พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 การออมเบื้องต้นของประเทศไทยมีแนวโน้มโดยรวมที่เพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2549 ประเทศไทยมีการออมเบื้องต้นเป็นจำนวน 2,353.70 พันล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 3,132.62 พันล้านบาท ในปี พ.ศ. 2554 แต่อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาการขยายตัวของการออมในภาพรวมพบว่า ในปี พ.ศ.2554 การออมมีการขยายตัวร้อยละ 2.5 ซึ่งเป็นอัตราที่มีการชะลอตัวลงจากปี พ.ศ. 2553 ซึ่งการออมมีการขยายตัวร้อยละ 11.2 และเมื่อพิจารณาการออมสุทธิของภาคเอกชนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและการขยายตัวของการออมสุทธิในภาคเอกชน ก็มีการขยายตัวที่ลดลงเช่นเดียวกับการออมเบื้องต้น นั่นคือ ในปี พ.ศ.2554 การออมสุทธิในภาคเอกชนมีการขยายตัวร้อยละ 8.94 ซึ่งเป็นอัตราที่มีการชะลอตัวลงจากปี พ.ศ.2553 ซึ่งการออมมีการขยายตัวร้อยละ 11.2

จากข้อมูลในตารางที่ 1 แม้ว่าการออมเบื้องต้นและการออมสุทธิในภาคเอกชนจะมีแนวโน้มการออมที่เพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นเพียงการออมที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวลง ฉะนั้น การออมของประชาชนในประเทศจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในกรุงเทพมหานครจะเป็นแหล่งที่มีการใช้จ่ายของเงินค่อนข้างสูงและมีจำนวนประชากรมาก การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจึงเป็นสิ่งที่สมควรจะทำการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการออมส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนพฤติกรรมของการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านรูปแบบของการออม ปริมาณของเงินออม จุดมุ่งหมายของการออม และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออม อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการออมต่อประชาชน

ตารางที่ 1 การออมเบื้องต้นในประเทศไทย (GDS) ณ ราคาปัจจุบัน

หน่วย : พันล้านบาท

รายการ	ปี พ.ศ.					
	2549	2550	2551	2552	2553	2554
การออมเบื้องต้นในประเทศ	2,353.70	2,853.80	2,807.30	2,748.54	3,055.50	3,132.62
ค่าความคลาดเคลื่อน	-125.67	11.69	-99.73	-55.90	-100.12	-271.35
การออมเบื้องต้น	2,479.38	2,842.11	2,907.03	2,804.44	3,155.62	3,403.96
การออมสุทธิ	1,253.08	1,552.44	1,443.93	1,317.70	1,564.85	1,671.30
การออมสุทธิภาคเอกชน	750.76	1,107.38	1,089.93	1,164.91	1,295.59	1,411.42
-ภาคครัวเรือน	415.90	653.04	476.86	518.04	584.56	588.38
-ภาคธุรกิจ	334.86	454.34	613.08	646.87	711.03	823.04
การออมสุทธิภาครัฐ	502.32	445.06	353.99	152.99	269.26	259.87
-ภาครัฐบาล	338.96	260.05	167.76	-30.94	80.34	138.74
-ภาครัฐวิสาหกิจ	163.36	185.00	186.23	183.73	188.91	121.14
ค่าเสื่อมราคา	1,226.30	1,289.67	1,463.10	1,486.74	1,590.78	1,732.67

ที่มา : สำนักนโยบายการออมและการลงทุนสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2554.

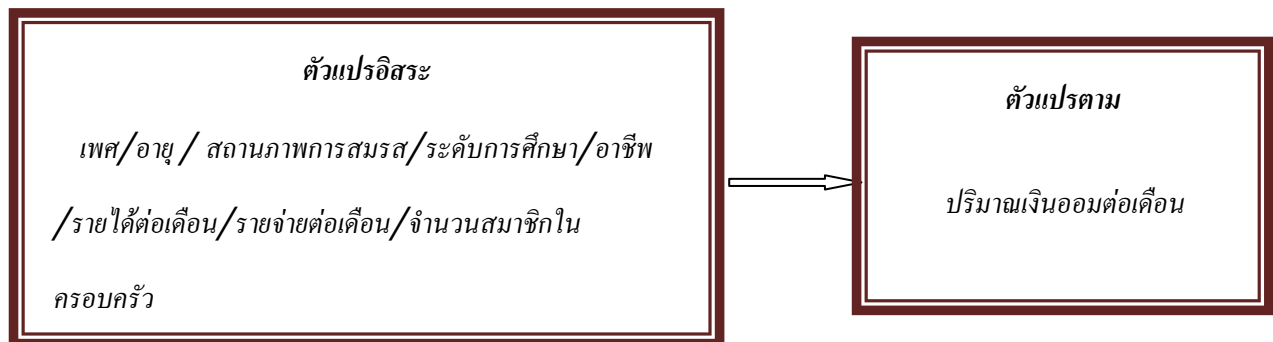
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาในด้านของรูปแบบของการออม ปริมาณเงินออม และจุดมุ่งหมายในการออม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออม

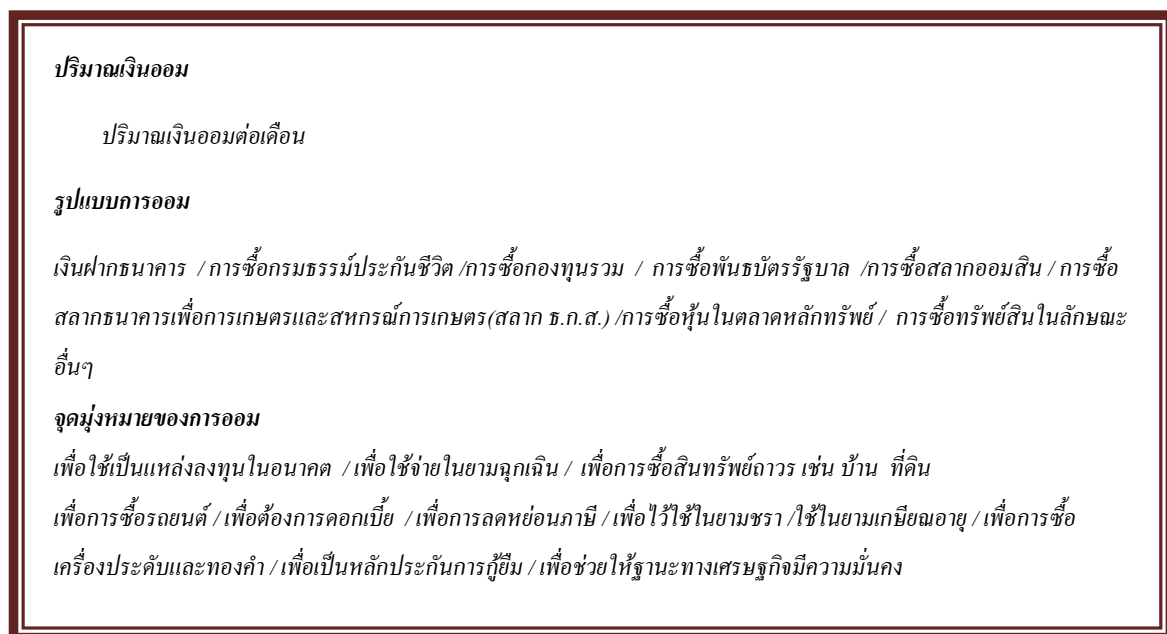
กรอบแนวคิดและทฤษฎี

กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแสดงได้ดังนี้

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการออมของประชาชน



กรอบแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของปัจจัยที่มีผลต่อการออมของประชาชน



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออม

ในการศึกษางานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออมมาเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า

1. ทฤษฎีรายได้สัมบูรณ์ (Absolute Theory of Consumption) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการใช้จ่ายอุปโภคบริโภค ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการการบริโภคได้ดังนี้ (กฤตยา ตติรังสรรค์สุข, 2544)

$$C = C_a + bY_d$$

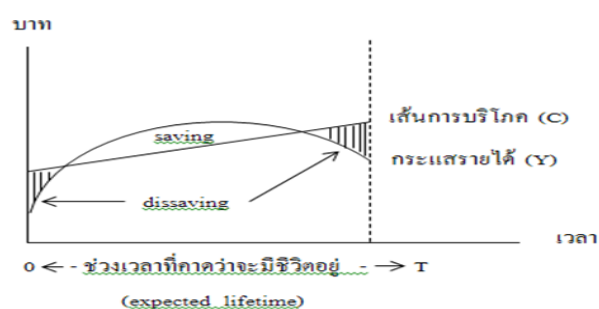
จากสมการข้างต้นจะเห็นว่า สมการค่าใช้จ่ายในการบริโภคนั้นจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน โดยส่วนแรก C_a จะหมายถึง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเมื่อรายได้ที่นำไปใช้จ่ายได้ (Y_d) มีค่าเป็นศูนย์ ส่วนที่สองจะเป็นค่าใช้จ่ายในการบริโภคในขณะที่รายได้ที่นำไปใช้จ่ายได้ไม่เป็นศูนย์ ซึ่งค่าใช้จ่ายการบริโภคในส่วนนี้คือ bY_d ทั้งนี้ b จะหมายถึง ค่าความโน้มเอียงของส่วนเปลี่ยนแปลงในการบริโภค หรือที่เรียกว่า ค่า MPC (Marginal Propensity to Consume) ทั้งนี้ ค่า b หรือค่า MPC จะเป็นค่าที่อยู่ระหว่าง 0 และ 1 หรือ $0 < b = MPC < 1$ นั่นคือ ถ้าหาก

ค่า b มีค่าเท่ากับ 0.8 จะหมายความว่า เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้น 0.8 หน่วย และค่าใช้จ่ายในการออมเพิ่มขึ้น 0.2 หน่วย

2. ทฤษฎีรายได้ถาวร (อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม, 2547) เป็นทฤษฎีที่ฟรีดแมนได้แสดงความคิดเห็นถึงการไม่เห็นด้วยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ในขณะใดหนึ่งกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคทั้งหมดในขณะนั้น โดยฟรีดแมนได้แบ่งรายได้และรายจ่ายออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ถาวร และส่วนที่แปรเปลี่ยนไปชั่วคราวโดยไม่คาดฝัน ซึ่งส่วนที่แปรเปลี่ยนชั่วคราวนั้น ในระยะยาวอาจจะมีการเพิ่มขึ้นชั่วคราว หรือมีการลดลงชั่วคราว และในที่สุดก็หักล้างกันไป คงเหลือแต่เพียงส่วนที่ถาวรเท่านั้น ทั้งนี้ฟรีดแมนได้ทำการสรุปถึงข้อสมมติของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และค่าใช้จ่ายของการบริโภคไว้ดังนี้

1. รายได้ถาวรจะมีความสัมพันธ์กับไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ชั่วคราว
2. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคถาวรจะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคชั่วคราว
3. รายได้ชั่วคราวจะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคชั่วคราว

3. ทฤษฎีวิถีจักรชีวิต (อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม, 2547) เป็นทฤษฎีที่แอนโดและโมดิเกลียนี ได้ทำการกล่าวถึงรายได้ของบุคคลในตลอดช่วงของชีวิต ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ในช่วงต้นของชีวิตและช่วงปลายของชีวิตระดับรายได้จะมีน้อย เนื่องจากในช่วงต้นของชีวิตบุคคลจะมีรายได้น้อย บุคคลก็จะทำตัวเสมือนเป็นผู้ยืม (borrower) ส่วนในช่วงกลางของชีวิตจะมีการออมในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากจะต้องชดเชยหนี้สินเดิมที่เคยยืมไปในช่วงต้นของชีวิต พร้อมกันนี้ก็ทำการเก็บออมไว้ใช้จ่ายสำหรับยามชราหรือในช่วงของปลายชีวิต ดังแสดงในภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กระแสรายได้ตลอดช่วงชีวิตของบุคคลและเส้นการบริโภค

อ้างอิง : อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม, 2547 : 110

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยรวมแล้วจะเป็นการศึกษาพฤติกรรมของการออมตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการออมในแต่ละกรณีศึกษา อาทิ ทำการศึกษาพฤติกรรมของการออมของข้าราชการและลูกจ้างประจำ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒการศึกษาพฤติกรรมของการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ การศึกษาพฤติกรรมของการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์ ทำการศึกษาปัจจัยกำหนดพฤติกรรมของการออมของผู้มีงานทำในประเทศไทย

การศึกษาการออม และการลงทุนของพนักงานภาคเอกชน ตลอดจนการศึกษาพฤติกรรมการออมเพื่อการเตรียมเกษียณอายุของผู้จ้างสถานประกอบการเอกชนขนาดใหญ่ ในกรุงเทพมหานคร

แต่สำหรับในการศึกษานี้จะทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะทำการศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้คือ 1) ศึกษาพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครโดยทำการศึกษาในด้านของรูปแบบของการออม ปริมาณเงินออม และจุดมุ่งหมายในการออม 2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออม ซึ่งจะใช้ค่าสถิติไคสแควร์

วิธีดำเนินการวิจัย

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเขตปกครองในกรุงเทพมหานคร 10 เขต เป็นจำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

ในด้านของวิธีการสุ่มตัวอย่าง จะทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นที่ 1 ทำการสุ่มเลือกเขตการปกครองในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากเขตการปกครองทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร โดยจะทำรายชื่อเขตการปกครองทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร แล้วนำมาทำการจับสลาก 10 ครั้ง เพื่อให้ได้เขตการปกครอง 10 เขต ซึ่งจะได้เขตการปกครองคือ เขตจตุจักร เขตดอนเมือง เขตสายไหม เขตห้วยขวาง เขตมีนบุรี เขตบางนา เขตบางแค เขตสัมพันธวงศ์ เขตคลองเตย และ เขตบางบอน

ขั้นที่ 2 กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตการปกครอง โดยวิธีถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตามจำนวนประชากรที่มีอยู่ทั้งหมด แล้วทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) ซึ่งจะได้ดังนี้

เขต	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
มีนบุรี	136,236	43
สัมพันธวงศ์	28,001	9
ห้วยขวาง	87,720	25
บางนา	97,039	31
บางแค	192,276	61
คลองเตย	110,481	35
สายไหม	185,987	59
บางบอน	104,768	33
จตุจักร	161,409	51
ดอนเมือง	166,210	53
รวม	1,260,127	400

สำหรับการเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการออมของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษ และพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.9795 คน และเพื่อความสะดวกในการคิดคำนวณในการศึกษานี้จะใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล จะประกอบไปด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการออมของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา จะทำการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติความถี่ และค่าสถิติร้อยละ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะทำการศึกษาด้านของรูปแบบของการออม ปริมาณเงินออม และจุดมุ่งหมายในการออมจะทำการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติความถี่ ค่าสถิติร้อยละ และค่าสถิติเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออมจะทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ ไคสแควร์ทั้งนี้จะทำการศึกษความสัมพันธ์ ทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่มีผลต่อปริมาณเงินออม

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

รูปแบบของการออม

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกรูปแบบการออมในรูปของเงินฝากธนาคาร คิดเป็น ร้อยละ 94.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในรูปของกรมธรรม์ประกันชีวิต คิดเป็น ร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในรูปของกองทุนรวม คิดเป็น ร้อยละ 6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในรูปของพันธบัตรรัฐบาล คิดเป็น ร้อยละ 1.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในรูปของสลากออมสิน คิดเป็น ร้อยละ 13.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในรูปของสลากเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร คิดเป็น ร้อยละ 6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในรูปของหุ้นในตลาดหลักทรัพย์คิดเป็น ร้อยละ 1.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในรูปแบบอื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ 4.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ปริมาณเงินออม

ปริมาณเงินออมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีระดับปริมาณเงินออมที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาคือ ระดับปริมาณเงินออม 5,000-6,999 บาทต่อเดือน และระดับปริมาณเงินออม 7,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21 และร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

จุดมุ่งหมายในการออม

จุดมุ่งหมายในการออมของกลุ่มตัวอย่างจะเป็นจุดมุ่งหมายที่มีระดับค่าเฉลี่ยในระดับมากและระดับปานกลาง โดยจุดมุ่งหมายการออมที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การออมเพื่อเป็นแหล่งลงทุนในอนาคต เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน เพื่อไว้ใช้ในยามชรา และเพื่อช่วยให้ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความมั่นคง สำหรับจุดมุ่งหมาย

การออมของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เพื่อซื้อสินทรัพย์ถาวร เพื่อการซื้อรถยนต์ เพื่อการซื้อเครื่องประดับและทองคำ เพื่อลดหย่อนภาษี เพื่อเป็นหลักประกันในการกู้ยืม และเพื่อต้องการดอกเบี้ย

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออม

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออม พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยทางด้านของ อายุ สถานภาพสมรสการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ระดับรายจ่ายและจำนวนสมาชิกในครอบครัว เมื่อพิจารณาแนวโน้มของปัจจัยที่ต่ำกว่ามีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินอมนั้นพบว่า ทุกปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินอมนั้น ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการออมในระดับที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนมากที่สุดทั้งสิ้น โดยในด้านอายุพบว่า กลุ่มอายุที่มีผลต่อการออมในระดับที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนในสัดส่วนที่มากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุ 16-25 ปี ในด้านของสถานภาพสมรสพบว่ากลุ่มสถานภาพสมรสที่มีผลต่อการออมในระดับที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ในสัดส่วนที่มากที่สุดคือ กลุ่มสถานภาพการสมรสเป็นโสด ในด้านของระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่มีผลต่อการออมในระดับที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ในสัดส่วนที่มากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ในด้านของอาชีพพบว่า กลุ่มอาชีพที่มีผลต่อการออมในระดับที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนในสัดส่วนที่มากที่สุด คือ กลุ่มอาชีพอื่นๆ ในด้านของระดับรายได้พบว่า กลุ่มระดับรายได้ที่มีผลต่อการออมในระดับที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนในสัดส่วนมากที่สุดคือ กลุ่มรายได้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ในด้านของระดับรายจ่ายพบว่า กลุ่มรายจ่ายที่มีผลต่อการออมในระดับที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนในสัดส่วนที่มากที่สุดคือ กลุ่มระดับรายจ่ายที่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ในด้านของจำนวนสมาชิกในครอบครัวพบว่า กลุ่มจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีผลต่อการออมในระดับที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนในสัดส่วนที่มากที่สุดคือ กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือน : กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ในด้านของรูปแบบการออม พบว่า รูปแบบการออมที่มีการเลือกมากที่สุดจะเป็นรูปแบบ ของเงินฝากธนาคาร

ในด้านของปริมาณเงินออม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการออมที่ระดับปริมาณเงินออมที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีระดับของปริมาณการออมที่ค่อนข้างน้อย

ในด้านของจุดมุ่งหมายของการออม กลุ่มตัวอย่างจะมีจุดมุ่งหมายในการออมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก นั่นคือ เพื่อเป็นแหล่งลงทุนในอนาคต เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน กลุ่มตัวอย่างมีเพื่อไว้ใช้ในยามชรา และจุดมุ่งหมายในการออมเพื่อช่วยให้ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความมั่นคง

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออม

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินออม พบว่า มีปัจจัยหลายประเภทที่มีอิทธิพลกับปริมาณเงินออม ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ระดับรายจ่ายและจำนวนสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ ยังพบว่า ผลการศึกษายังสอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัทอสังหาริมทรัพย์ ของ กฤติกาส เลิศสงคราม นั่นคือ จะมีพฤติกรรมการออมที่มีเงินออมต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จุดมุ่งหมายในการออมส่วนใหญ่จะไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ในด้านของปัจจัยที่มีผลต่อการออม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการออม ได้แก่ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และ รายได้ต่อเดือน

ข้อเสนอแนะ

จากผลสรุปการวิจัยทำให้ทราบว่า โดยรวมยังมีการออมในปริมาณที่ค่อนข้างน้อย ซึ่งจะมีระดับปริมาณการออมที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ค่อนข้างมาก ดังนั้นข้อเสนอแนะเห็นว่า ในส่วนของรัฐบาลควรที่จะมีการรณรงค์ให้ประชาชนทำการออมในรูปแบบที่เหมาะสมกับตนเองในระดับที่มากขึ้น นั่นคือ ประชาชนสามารถทำการออมโดยการเลือกรูปแบบการออมที่เหมาะสมกับตนเองได้มากที่สุด เพื่อที่จะได้มีฐานชีวิตที่มีความมั่นคงและสมบูรณ์มากขึ้น

ในส่วนของการทำวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยขอเสนอให้มีการเก็บข้อมูลในช่วงของระดับปริมาณเงินออมที่มีช่วงที่มีความถี่มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่มีระดับปริมาณเงินออมที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนในการทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือน : กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ วิเชียร. พฤติกรรมการออมของข้าราชการและลูกจ้างประจำ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2555.

กฤติกาส เลิศสงคราม. 2555. พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัท พัฒนา

อสังหาริมทรัพย์. สารนิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กฤตยา ดิษฐ์สรค์สุข. 2554. เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กระทรวงมหาดไทย. 2554. สถิติจำนวนประชากรและบ้านในกรุงเทพมหานครจำแนกตามรายแขวงและเขต.

เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2557 จาก http://203.155.220.230/info/esp/population_Dec54.htm

- ชลธิชา อัสวันนันดร. การออมเพื่อความมั่นคงยามสูงวัย. นครปฐม : สมาคมนักประชากรไทย. 2552.
- ปรเมศวร์ ว่องพิริยพงศ์. 2551. การออม และการลงทุนของพนักงานภาคเอกชน. สารนิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิกุล ปัญญา. 2554. พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรเวศม์ สุวรรณระดา และสมประวิณ มันประเสริฐ. 2551. ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการออมของผู้มีงานทำในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2557 จาก http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~msompraw/Savings_NCE2009.pdf
- วิชิต อุ๋อัน และ อำนาจ วังจัน. 2550. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : พรินท์เอทมิ (ประเทศไทย).
- ศิริอรุณ อนันตวิรุพห์. 2550. พฤติกรรมการออมเพื่อการเตรียมเกษียณอายุของลูกจ้างสถานประกอบการเอกชนขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2557 จาก http://202.28.199.3/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=221242&display=list_subject&q=%E0%C8%C3%C9%B0%C8%D2%CA%B5%C3%EC%A1%D2%C3%BE%D1%B2%B9%D2
- สำนักนโยบายการออมและการลงทุน. การออมเบื้องต้นในประเทศไทย (GDS) ณ ราคาปัจจุบันเข้าถึงเมื่อ 9 ตุลาคม 2556 จาก http://www.fpo.go.th/SI/Source/Data/Table.php?dataname=GDS_y&Language=Thai&TbWidth=&col=&ItemWidth=&Gheight=&Gwidth=&topmargin=&bottommargin=&leftmargin=&rightmargin=&xlabelfontsz=&ylabelfontsz=&ngrid=&padding=&role
- อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม. 2547. เศรษฐศาสตร์มหภาค. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Wikipedia, the free encyclopedia.Cronbach's alpha. Accessed March 10, 2014f from http://en.wikipedia.org/wiki/Cronbach's_alpha
- Yamane Taro. 1973. **Statistics: an Introduction Analysis**. 3rded New York : Harper And Raw.

การพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ผ่านการวิเคราะห์ ความสามารถในการชำระหนี้

THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL EARLY WARNING SYSTEM FOR SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVES THROUGH SOLVENCY ANALYSIS

วรกร แห่มเมืองปัก

อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต และหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: worakornch@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงิน และการบริหารจัดการที่มีต่อความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ สหกรณ์ออมทรัพย์ลูกหนี้เงินให้กู้ยืมของชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2548 และ 2549 จำนวน 461 ราย ประกอบด้วย กลุ่มที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ 53 ราย กลุ่มที่สามารถชำระหนี้ได้ 408 ราย สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยลอจิสติก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีตัวแปรอัตราส่วนทางการเงิน และวิธีการบริหารจัดการรวมทั้งสิ้น 3 ตัวแปร ที่ส่งผลให้ความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ต่ำ ได้แก่ (1) อัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวม (2) อัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม และ (3) การวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว ผลจากการทดสอบสมมติฐานได้นำมาสู่การพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ผ่านการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรข้างต้น มีผลต่อระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงิน อีกทั้งระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินที่พัฒนาขึ้นมีอัตราการทำนายได้อย่างถูกต้องโดยรวมร้อยละ 84.8 ซึ่งอัตราดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่สูง ดังนั้น ระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ผ่านการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ จึงเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการทำนายโอกาสของความสามารถในการชำระหนี้ในอนาคต โดยระบบเตือนภัยแสดงในรูปแบบสมการ $P(Y) = 1 / (1 + e^{-W})$; $P(Y)$ = ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ ; $W = -100.469 + .990 (X_1) + .054 (X_2) + .812 (X_3)$; e = exponential function ; $P(Y) \leq 0.2$ จะทำนายว่าสหกรณ์ออมทรัพย์สามารถชำระหนี้ได้; $P(Y) > 0.2$ จะทำนายว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ไม่สามารถชำระหนี้ได้; X_1 = อัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวม ; X_2 = อัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม; X_3 = การวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว

คำสำคัญ : ระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงิน ความสามารถในการชำระหนี้ สหกรณ์ออมทรัพย์

ABSTRACT

In this research, the researcher analyzes the effects of financial ratios and management on the solvency of Savings and Credit Cooperatives (SACCOs), The results of this analysis are subsequently used in developing a Financial Early Warning System of SACCOs. The research sample consisted of debtors with unpaid loans remaining on the books of the members of the Federation of Savings and Credit Cooperatives of Thailand Limited as of March 31, 2005 and 2006 total 461 cases. A sample consisted of 53 insolvency cases and 408 solvency cases. Techniques of descriptive statistics and logistic regressive analysis were used in analyzing the data collected. Findings are as follows: The researcher utilized three variables were (1) the ratio of total debtors to total assets; (2) the ratio of outside loans to total assets; and (3) Analysis of receivable and guarantee from time to time. The results of hypothesis testing allowed for the construction of a Financial Early Warning System of SACCOs through Solvency Analysis. When tested, all three variables affected applications of Financial Early Warning System. In addition, the Financial Early Warning System allowed accurate predictions overall at the high rate of 84.8 percent. Therefore, this Financial Early Warning System of SACCOs through Solvency Analysis can be appropriately used in predicting the future solvency. The Financial Early Warning System equation is $P(Y) = 1 / (1 + e^{-W})$; $P(Y)$ = Probability of occurrence; $W = -100.469 + .990 (X_1) + .054 (X_2) + .812 (X_3)$; e = exponential function; $P(Y) \leq 0.2$ Predicting SACCOs solvency; $P(Y) > 0.2$ Predicting SACCOs insolvency; X_1 = the ratio of total debtors to total assets; X_2 = the ratio of outside loans to total assets; X_3 = Analysis of receivable and guarantee from time to time.

KEYWORDS : Financial Early Warning System, Solvency, Savings and Credit Cooperatives

บทนำ

ความเสี่ยงทางการเงินมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ ผลของความเสี่ยงอาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน ผลประกอบการ ความเชื่อถือศรัทธาของสมาชิก และขบวนการสหกรณ์ สหกรณ์จำเป็นต้องหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้ความเสี่ยงหมดไปหรือให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งวิธีการบริหารความเสี่ยงที่ดีที่สุดวิธีหนึ่งของสหกรณ์ออมทรัพย์ก็คือ การสร้างระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System : EWS) (มนตรี ชั่วชู, 2546, หน้า 25-31) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ผ่านการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ เพื่อที่จะได้นำมาใช้ในการทำนายโอกาสของความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในอนาคต อันเป็นการป้องกันล่วงหน้าไม่ให้เกิดปัญหาการชำระหนี้ที่จะกระทบต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของความเสี่ยงทางการเงินต่อความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ และพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ผ่านการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การทบทวนแนวคิดและทฤษฎีแบ่งเป็น 5 หัวข้อ ดังนี้ (1) ความเสี่ยง เป็นอุปสรรคทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุวัตถุประสงค์ ผู้บริหารควรเข้าใจถึงขั้นตอนการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งมีการตรวจสอบและประเมินผลเป็นระยะ ๆ เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (เมธา สุวรรณสาร, 2544, หน้า 102) โดยขั้นตอนของการบริหารความเสี่ยง ได้แก่ การระบุความเสี่ยง การวิเคราะห์ความเสี่ยง และการจัดการความเสี่ยง (Merna, T., & Al-Thani, F., 2005) (2) อัตราส่วนทางการเงิน การวิจัยเน้นเฉพาะอัตราส่วนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงิน เพราะสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่ง ได้แก่ (2.1) กลุ่มอัตราส่วนทางการเงิน CAMELS รวม 6 ด้าน ได้แก่ 1. เงินทุน (Capital) 2. สินทรัพย์ (Asset) 3. การบริหาร (Management) 4. การทำกำไร (Earnings) 5. สภาพคล่อง (Liquidity) และ 6. การเปลี่ยนแปลง (Sensitivity) (Farm Credit Administration [FCA], 2005) (2.2) กลุ่มอัตราส่วนทางการเงิน PEARLS รวม 6 ด้าน ได้แก่ 1. P (Protection) = ความคุ้มครอง 2. E (Effective financial structure) = โครงสร้างทางการเงินที่มีประสิทธิผล 3. A (Asset quality) = คุณภาพของสินทรัพย์ 4. R (Rates of return and cost) = อัตราผลตอบแทนและต้นทุน 5. L (Liquidity) = สภาพคล่อง 6. S (Signs of growth) = สัญญาณแสดงการเติบโต (ชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด, 2548) และ (2.3) อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย จาก 2 องค์การ ได้แก่ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ได้ประยุกต์ใช้ CAMELS สำหรับกำหนดมาตรฐานการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรใน 6 มิติ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2548) ส่วนชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด นำอัตราส่วนทางการเงินที่เกี่ยวกับสถาบันการเงินรวมถึง CAMELS และ PEARLS มาประยุกต์ให้เหมาะสมกับการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย แบ่งได้ 5 หมวด (ชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด, 2549) (3) การบริหารจัดการ แนวความคิดนี้เริ่มต้นในช่วงปฏิวัติทางอุตสาหกรรมในประเทศอังกฤษ และปรับปรุงพัฒนามาตามลำดับ บิดาของการบริหารจัดการสมัยใหม่ คือ Henri Fayol โดย Fayol ได้กำหนดหลักการบริหารจัดการไว้ 5 ประการ ได้แก่ 1. การวางแผน 2. การจัดองค์กร 3. การบังคับบัญชา 4. การประสานงาน และ 5. การควบคุม ปัจจุบันได้ปรับปรุงเหลือ 4 ข้อ ได้แก่ 1. การวางแผน 2. การจัดองค์กร 3. การอำนวยการ และ 4. การควบคุม (พยอม วงศ์สารศรี, 2542; Lewis, P. S., Goodman, S. H., & Fandtt, P. M., 2001) (4) การบริหารการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ สถาบันการเงินต้องบริหารการเงินให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กร ขณะเดียวกันก็ต้องชำระหนี้ให้กับแหล่งเงินทุนได้ตามกำหนด การบริหารเงินทุนที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการจัดคุณภาพของการบริหารทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การบริหารสภาพคล่อง การรักษาคูณภาพของสินทรัพย์จากการใช้เงิน และการหารายได้ (Reed, Cotter, Gill, & Smith, 1984, pp. 108) (5) ระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System : EWS) การพัฒนารูปแบบจำลอง (Model) เพื่อการทำนาย ธุรกิจที่ไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน หรือธุรกิจที่มีปัญหานั้น Model เหล่านี้ถือเป็นระบบเตือนภัยล่วงหน้าอย่างหนึ่ง (Aziz, A. M., &

Dar, A. H., 2006) ในการสร้างระบบเตือนภัยล่วงหน้าจะนำตัวแปรสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบปัญหาใช้ในการกำหนดแนวทางและวิธีการสร้างระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Barniv, R., Agarwal, A., & Leach, R., 2002; Rose-Green, E. & Dawkins, M., 2002) โดยระบบเตือนภัยล่วงหน้าดังกล่าวมีวิธีการและเทคนิคทางสถิติที่หลากหลายที่นำมาใช้ และมีจุดแข็งและจุดอ่อนแตกต่างกันตามธุรกิจ (Aziz, A. M., & Dar, A. H., 2006)

กรอบแนวความคิด สมมติฐานกำหนดจากกรอบแนวความคิด ผลการทดสอบสมมติฐานจะนำมาสู่การพัฒนาาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยกรอบแนวความคิด แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งตัวแปรทั้งหมดผ่านการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ 4 คน ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ ตัวแปรอิสระ 1. อัตราส่วนทางการเงิน และ 2. การบริหารจัดการ

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

ส่วนที่ 1 อัตราส่วนทางการเงิน :

1.1 หมวดโครงสร้างทางการเงิน

- 1.1.1 อัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวม (%)
- 1.1.2 อัตราส่วนทุนเรือนหุ้นต่อสินทรัพย์รวม (%)
- 1.1.3 อัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม (%)
- 1.1.4 อัตราส่วนทุนสำรองต่อสินทรัพย์รวม (%)

1.2 หมวดสภาพคล่องทางการเงิน

- 1.2.1 อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน (เท่า)

1.3 หมวดประสิทธิภาพการทำได้

- 1.3.1 อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อทุนเรือนหุ้น (%)
- 1.3.2 อัตราส่วนค่าใช้จ่ายบริหารต่อสินทรัพย์รวม (%)

1.4 หมวดการเจริญเติบโต

- 1.4.1 อัตราการเจริญเติบโตของทุนเรือนหุ้น (%)
- 1.4.2 อัตราการเจริญเติบโตของทุนสำรอง (%)

ส่วนที่ 2 การบริหารจัดการ :

2.1 ด้านการบริหารจัดการในสหกรณ์

- 2.1.1 มีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนเจ้าหน้าที่ในตำแหน่งงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสม
- 2.1.2 มีการใช้ข้อมูลทางการเงินการบัญชีในการบริหารงานให้ทันต่อเหตุการณ์
- 2.1.3 มีการรายงานปัญหาของการดำเนินงานแต่ละด้าน และติดตามความคืบหน้าของการแก้ไขปัญหาอย่างทันต่อเหตุการณ์

2.2 ด้านการบริหารการเงิน

- 2.2.1 มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการพิจารณาและอนุมัติเงินกู้โดยผู้มีอำนาจก่อนการจ่ายเงินกู้
- 2.2.2 มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการติดตามทวงถาม / เร่งรัดลูกหนี้ที่ชำระหนี้ไม่เป็นไปตามกำหนดสัญญา
- 2.2.3 มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว

ความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์

ภาพ 1 กรอบแนวความคิด แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน และการบริหารจัดการต่อความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์

สมมติฐานการวิจัยข้อ 1 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวมสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้ต่ำกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวมต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 2 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนทุนเรือนหุ้นต่อสินทรัพย์รวมสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนทุนเรือนหุ้นต่อสินทรัพย์รวมต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 3 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวมสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้ต่ำกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวมต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 4 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนทุนสำรองต่อสินทรัพย์รวมสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่ากลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนทุนสำรองต่อสินทรัพย์รวมต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 5 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนสูงจะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 6 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อทุนเรือนหุ้นสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อทุนเรือนหุ้นต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 7 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนค่าใช้จ่ายบริหารต่อสินทรัพย์รวมสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้ต่ำกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนค่าใช้จ่ายบริหารต่อสินทรัพย์รวมต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 8 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนการเจริญเติบโตของทุนเรือนหุ้นสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนการเจริญเติบโตของทุนเรือนหุ้นต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 9 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนการเจริญเติบโตของทุนสำรองสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนการเจริญเติบโตของทุนสำรองต่ำ

สมมติฐานการวิจัยข้อ 10 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนเจ้าหน้าที่ในตำแหน่งงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสม จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ไม่มีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนเจ้าหน้าที่ในตำแหน่งงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

สมมติฐานการวิจัยข้อ 11 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการใช้ข้อมูลทางการเงินการบัญชีในการบริหารงานให้ทันต่อเหตุการณ์ จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ไม่มีการใช้ข้อมูลทางการเงินการบัญชีในการบริหารงานให้ทันต่อเหตุการณ์

สมมติฐานการวิจัยข้อ 12 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการรายงานปัญหาของการดำเนินงานแต่ละด้าน และติดตามความคืบหน้าของการแก้ไขปัญหาอย่างทันต่อเหตุการณ์จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ไม่มีการรายงานปัญหาของการดำเนินงานแต่ละด้านและไม่ติดตามความคืบหน้าของการแก้ไขปัญหาอย่างทันต่อเหตุการณ์

สมมติฐานการวิจัยข้อ 13 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการพิจารณาและอนุมัติเงินกู้โดยผู้มีอำนาจก่อนการจ่ายเงินกู้ จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ไม่มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการพิจารณาและอนุมัติเงินกู้โดยผู้มีอำนาจก่อนการจ่ายเงินกู้

สมมติฐานการวิจัยข้อ 14 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการติดตามทวงถาม / เปร่งรัดลูกหนี้ที่ชำระหนี้ไม่เป็นไปตามกำหนดสัญญา จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่า สหกรณ์ออมทรัพย์ที่ไม่มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการติดตามทวงถาม / เปร่งรัดลูกหนี้ที่ชำระหนี้ไม่เป็นไปตามกำหนดสัญญา

สมมติฐานการวิจัยข้อ 15 สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ไม่มีการควบคุมที่ดี เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลงบการเงินประจำปี และวิธีการบริหารจัดการของสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 461 ราย ที่ปีบัญชีระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2547 และระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2548 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2548 แบ่งเป็นกลุ่มที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ 53 ราย กลุ่มที่สามารถชำระหนี้ได้ 408 ราย ซึ่งในการวิจัยมี 3 ส่วน คือ (1) การตรวจสอบข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ในการวิจัยครั้งนี้ขนาดตัวอย่างมีจำนวนไม่มาก จึงมีข้อจำกัดในการแบ่งให้ 2 กลุ่มมีขนาดตัวอย่างเท่ากัน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สถิติการถดถอยลอจิสติก ซึ่งไม่มีเงื่อนไขของข้อมูลเกี่ยวกับการกระจายแบบปกติ ความแปรปรวนของข้อมูล และขนาดตัวอย่าง 2 กลุ่ม ไม่จำเป็นต้องมีขนาดเท่ากัน แต่เงื่อนไขสำคัญ คือ ตัวแปรอิสระไม่ควรมีความสัมพันธ์กันสูง เพราะถ้ามีความสัมพันธ์กันสูงจะส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์ที่ใช้ในการประมาณค่าความแม่นยำ การหาความสัมพันธ์ มี 2 ขั้นตอน คือ 1. ทำเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) และ 2. หาค่าความทนทาน (Tolerance) และหาค่า VIF (กลุณา วานิชย์บัญชา, 2550, หน้า 484; Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006) (2) การทดสอบสมมติฐานการวิจัย จะวิเคราะห์ด้วยการถดถอยลอจิสติก (Ngamsom, B., 2001, หน้า 78) (3) การพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้า ผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานจะนำมาสู่การพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์

สรุปผลการวิจัย

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย และค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย 15 สมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	กลุ่มที่ 1 $\bar{X}$	กลุ่มที่ 2 $\bar{X}$	B	S.E.	Wald	df	P-value	Exp(B)
อัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสินต่อสินทรัพย์รวม	98.5758	93.3367	1.032	.179	33.208	1	.000*	2.808
อัตราส่วนทุนเรือนหุ้นต่อสินทรัพย์รวม	44.2581	51.3508	.007	.028	.061	1	.805	1.007
อัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม	30.3145	18.6026	.063	.020	10.291	1	.001*	1.065
อัตราส่วนทุนสำรองต่อสินทรัพย์รวม	4.7532	4.4869	.178	.093	3.717	1	.054	1.195
อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน	1.1057	21.7775	-.184	.254	.525	1	.469	.832
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อทุนเรือนหุ้น	9.6006	8.9302	-.029	.026	1.305	1	.253	.971
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายบริหารต่อสินทรัพย์รวม	1.5247	1.7671	.086	.296	.085	1	.771	1.090
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อทุนเรือนหุ้น	17.1579	16.0631	-.012	.017	.516	1	.473	.988
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อทุนสำรอง	51.9120	21.6736	.006	.004	1.738	1	.187	1.006
Rotate(1)	-	-	-.043	.406	.011	1	.916	.958
Information(1)	-	-	1.441	.924	2.435	1	.119	4.225
Report(1)	-	-	1.406	1.020	1.901	1	.168	4.081
Consider(1)	-	-	-.108	.659	.027	1	.869	.897
Follow(1)	-	-	.431	.436	.975	1	.324	1.538
Analysis(1)	-	-	.806	.391	4.244	1	.039*	2.240

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีสมมติฐาน 3 สมมติฐาน ที่ได้รับการสนับสนุน ส่วนที่เหลือ 12 สมมติฐาน ไม่ได้รับการสนับสนุน ดังนี้

1. อัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวม มีระดับนัยสำคัญที่สังเกตได้ ($P\text{-value} = .000$) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($P\text{-value} < .05$) แสดงว่า อัตราส่วนนี้มีผลต่อความสามารถชำระหนี้ ซึ่งกลุ่มที่ชำระหนี้ไม่ได้ (กลุ่มที่ 1) จะมีอัตราส่วนสูงกว่ากลุ่มที่ชำระหนี้ได้ (กลุ่มที่ 2) สรุปได้ว่า สหกรณ์ออมทรัพย์ลูกหนี้ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ ซึ่งมีอัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวมสูงกว่า จะมีความสามารถในการชำระหนี้ น้อยกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ลูกหนี้ที่สามารถชำระหนี้ได้ เป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อ 1

2. อัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม มีระดับนัยสำคัญที่สังเกตได้ ($P\text{-value} = .001$) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($P\text{-value} < .05$) แสดงว่า อัตราส่วนนี้มีผลต่อความสามารถชำระหนี้ ซึ่งกลุ่มที่ชำระหนี้ไม่ได้ (กลุ่มที่ 1) จะมีอัตราส่วนสูงกว่ากลุ่มที่ชำระหนี้ได้ (กลุ่มที่ 2) สรุปได้ว่า สหกรณ์ออมทรัพย์ลูกหนี้ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ ซึ่งมีอัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวมสูงกว่า จะมีความสามารถในการชำระหนี้ น้อยกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ลูกหนี้ที่สามารถชำระหนี้ได้ เป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อ 3

3. การควบคุมที่ดีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว มีระดับนัยสำคัญที่สังเกตได้ ($P\text{-value} = .039$) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($P\text{-value} < .05$) แสดงว่าการควบคุมฯมีผลต่อความสามารถชำระหนี้ สรุปได้ว่า สหกรณ์ออมทรัพย์มีการควบคุมที่ดีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ไม่มีการควบคุมที่ดีเกี่ยวกับการติดตามทวงถาม / เร่งรัดลูกหนี้ที่ชำระหนี้ไม่เป็นไปตามกำหนดสัญญา เป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้อ 15

ตาราง 2 ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม

							95.0% C.I. for EXP(B)	
	B	S.E.	Wald	df	P-value	Exp(B)	Lower	Upper
Step 1 ^a								
ลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวม	.990	.174	32.191	1	.000	2.690	1.911	3.787
เงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม	.054	.013	15.941	1	.000	1.055	1.028	1.083
Analysis(1)	.812	.362	5.020	1	.025	2.252	1.107	4.581
Constant	-100.469	17.213	34.068	1	.000	.000		

a Variable(s) entered on step 1: ลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวม, เงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม, Analysis.

ผลการพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงิน จากตารางข้างต้นสรุปผลการพัฒนาระบบเตือนภัยได้ดังนี้

1. อัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวมมีค่า Exp(B) เท่ากับ 2.690 จะได้ค่า $\text{Exp(B)} - 1$ เท่ากับ 1.690 หมายความว่า ถ้าอัตราส่วนฯเพิ่มขึ้น 1 หน่วย โอกาสไม่สามารถชำระหนี้ได้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.9

2. อัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวมมีค่า Exp(B) เท่ากับ 1.055 จะได้ค่า $\text{Exp(B)} - 1$ เท่ากับ .055 หมายความว่า ถ้าอัตราส่วนฯเพิ่มขึ้น 1 หน่วย โอกาสไม่สามารถชำระหนี้ได้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5

3. การวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราวมีค่า $\text{Exp}(B)$ เท่ากับ 2.252 จะได้ค่า $\text{Exp}(B) - 1$ เท่ากับ 1.252 หมายความว่า ถ้าเปลี่ยนการควบคุมที่ดีเป็นไม่ดี โอกาสไม่สามารถชำระหนี้ได้จะเพิ่มขึ้น 1.25 เท่า ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้นำมาสร้างระบบเตือนภัยล่วงหน้า คือ $P(Y) = 1/(1 + e^{-W})$ กำหนดให้ $P(Y) =$ ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์; $W = -100.469 + .990 (X_1) + .054 (X_2) + .812 (X_3)$; $e =$ exponential function; $P(Y) \leq 0.2$ จะทำนายว่าสหกรณ์ออมทรัพย์สามารถชำระหนี้ได้; $P(Y) > 0.2$ จะทำนายว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ไม่สามารถชำระหนี้ได้; $X_1 =$ อัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวม; $X_2 =$ อัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม; $X_3 =$ การวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว (0 = ดี, 1 = ไม่ดี) โดยมีอัตราถูกต้องโดยรวมร้อยละ 84.8 อยู่ในเกณฑ์ที่สูง เหมาะสมที่จะนำมาเป็นระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินให้กับสหกรณ์ออมทรัพย์

อภิปรายผล

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน โดยขอสรุปเฉพาะผลของสมมติฐานการวิจัยที่ได้รับการสนับสนุน ดังนี้

1. สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวมสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้ต่ำกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวมต่ำ อาจเนื่องมาจาก กลุ่มที่ชำระหนี้ไม่ได้ มีการให้กู้ที่สูงมากถ้าใช้เงินทุนที่จัดหามาได้ไม่เหมาะสมขาดความสัมพันธ์ด้านระยะเวลา ก็จะเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดหนี้ที่มีปัญหาอาจมีผลกระทบต่อสภาพคล่อง (FCA, 2005; Reed, Cotter, Gill, & Smith, 1984, pp. 390) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Levisauskaite, K., & Kaupelyte, D. (2005) ที่วิจัยสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศลิทัวเนีย โดยวิเคราะห์การบริหารความเสี่ยงในกฎระเบียบข้อบังคับ พบว่า สหกรณ์บริหารเงินทุนไม่มีความสอดคล้องกับระยะเวลา โดยปล่อยเงินกู้ระยะยาวจากแหล่งเงินทุนระยะสั้นส่งผลทำให้สหกรณ์มีความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเพิ่มขึ้น

2. สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวมสูง จะมีความสามารถในการชำระหนี้ต่ำกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวมต่ำ อาจเนื่องมาจาก กลุ่มที่ชำระหนี้ไม่ได้มีแหล่งเงินทุนภายในไม่เพียงพอ จึงต้องหาแหล่งเงินทุนภายนอกโดยการกู้ยืม ซึ่งมีต้นทุนและความเสี่ยงที่สูงกว่า และเมื่อผู้ให้กู้ต้องการเงินคืนก็กระทบต่อสหกรณ์ถ้าบริหารเงินทุนไม่มีประสิทธิภาพ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2555) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเงินทุนที่ได้ทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ชำระหนี้ไม่ได้จะมีเงินทุนที่มาจากทุนเรือนหุ้นต่ำกว่ากลุ่มที่ชำระหนี้ได้ ถึงแม้จะมีอัตราการเจริญเติบโตของทุนเรือนหุ้นที่สูงกว่าก็ตาม แต่ความต้องการกู้เงินของสมาชิกกลับมีมากกว่ากลุ่มที่ชำระหนี้ได้ กลุ่มที่ชำระหนี้ไม่ได้จึงจำเป็นต้องหาเงินทุนเพิ่มเติมด้วยการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนภายนอก โดยมีอัตราการกู้ที่สูงกว่ากลุ่มที่ชำระหนี้ได้

3. สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการควบคุมที่ดีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว จะมีความสามารถในการชำระหนี้มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ไม่มีการควบคุมที่ดีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว อาจเนื่องมาจาก การควบคุมที่ดีจะทำให้ทราบถึงสถานภาพปัจจุบันของลูกหนี้และหลักประกัน โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสหกรณ์ อาจให้ลูกหนี้ทำสัญญาเงินกู้ใหม่ หรือขยายเพดานเงินกู้หรือขยายวงเงินกู้ ส่วนหลักประกันถ้าดีพอค่าจะแจ้งลูกหนี้นำหลักประกันอื่นมาทดแทน (มนตรี ช่วชู, 2547, หน้า 100) ส่วนสหกรณ์ที่

ควบคุมไม่ได้อาจทำให้ไม่ทราบถึงสถานภาพปัจจุบันของลูกหนี้และหลักประกัน เมื่อลูกหนี้มีปัญหาจะแก้ไขไม่ทัน เหตุการณ์ส่งผลต่อสภาพคล่อง

อภิปรายผลการพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ ตัวแปรที่มีผลต่อความสามารถในการชำระหนี้ ได้แก่ 1. อัตราส่วนลูกหนี้เงินกู้ทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์รวม 2. อัตราส่วนเงินกู้ภายนอกต่อสินทรัพย์รวม และ 3. การวิเคราะห์สภาพลูกหนี้และหลักประกันเป็นครั้งคราว ผลจากการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Braga, J. M. et al. (2006) ที่ได้พัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้าเกี่ยวกับความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อเจ้าหนี้ โดยวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน 15 อัตราส่วน พบว่า ระบบเตือนภัยล่วงหน้าที่พัฒนาขึ้นสามารถนำมาใช้เตือนภัยล่วงหน้าได้ดี โดยมีอัตราการทำนายได้อย่างถูกต้องร้อยละ 79 และมีอัตราส่วนทางการเงินเพียง 3 อัตราส่วน ที่มีผลต่อความสามารถในการชำระหนี้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ ได้แก่ 1. อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน 2. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรต่อรายได้ทั้งสิ้น และ 3. เงินกู้ยืมต่อทุนเรือนหุ้น

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในอนาคต ผู้สนใจอาจศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ เช่น ปัจจัยด้านขนาดสหกรณ์ อายุของสหกรณ์ หน่วยงานของสหกรณ์ และการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ของสหกรณ์ เป็นต้น ศึกษาสหกรณ์ประเภทอื่น ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ประมง สหกรณ์นิคม สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน เพื่อสร้างระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านการเงินให้แก่สหกรณ์ประเภทนั้น ๆ ศึกษาวิจัยหัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ เช่น ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับระบบเตือนภัยล่วงหน้าด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคตควรมีปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับข้อมูลหลังปี 2549 เป็นต้นมา ที่ขาดความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติม เนื่องจากสถานการณ์การเมืองภายในประเทศอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานตามปกติของสหกรณ์

เอกสารอ้างอิง

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, ส่วนวิจัยและพัฒนาสารสนเทศทางการเงิน.

2548. คู่มือการประยุกต์ใช้ *Camels analysis* วิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. 2555. สารสนเทศนำรู้ทางการเงิน สหกรณ์ออมทรัพย์. กรุงเทพมหานคร : กลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550. การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสาร.

ชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด, ฝ่ายส่งเสริมและจัดตั้งสหกรณ์. 2548. คู่มือระบบการติดตามผลแบบ *Pearls*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

- ชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด. 2549. **คู่มือเกณฑ์อ้างอิง (benchmark) ปี 2549 อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์**. กรุงเทพฯ-มหานคร: ผู้แต่ง.
- พยอม วงศ์สารศรี. 2542. **องค์การและการจัดการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุภา.
- มนตรี ช่วยชู. 2547. **ความเสี่ยงในสหกรณ์ออมทรัพย์**. ประมวลบทความเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์, 18, 100.
- มนตรี ช่วยชู. 2546. **สัญญาณเตือนภัยด้านการเงินการบัญชีในสหกรณ์ออมทรัพย์**. ประมวลบทความเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์, 25-31.
- เมธา สุวรรณสาร. 2544. **ฐานะความมั่นคงของสหกรณ์ออมทรัพย์กับการประเมินความเสี่ยงแบบ Ras และ Camel**. ประมวลบทความเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์, 15, 102.
- Aziz, A. M., & Dar, A. H. 2006. **Predicting corporate bankruptcy: Where we stand?**. Corporate Governance, 6(1), 18-33.
- Barniv, R., Agarwal, A., & Leach, R. 2002. **Predicting bankruptcy resolution**. Journal of Business Finance & Accounting, 29(3), 497-520.
- Braga, J. M., Bressan, F. G. V., Colosimo, A. E., & Bressan, A. A. 2006. **Investigating the solvency of Brazilian credit unions using a proportional hazard model**. Annals of Public and Cooperative Economics, 77(1), 83-106.
- Farm Credit Administration (FCA). 2005. **FCA examination manual EM-135 financial institution rating system**. Retrieved June 9, 2006, from <http://www.fca.gov/examman.nsf>
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. 2006. **Multivariate data analysis** (6th ed.). New York: Pearson.
- Levisauskaite, K., & Kaupelyte, D. 2005. **Risk management in credit unions: Tendencies and impact on the sector's development in Lithuania**. Organizacija Vadyba: Sisteminiai Tyrimai, 33, 63-83.
- Lewis, P. S., Goodman, S. H., & Fandt, P. M. 2001. **Management challenges in the 21st century** (3rd ed.). New York: South-Western College.
- Merna, T., & Al-Thani, F. 2005. **Corporate risk management an organizational perspective**. London: John Wiley & Sons
- Ngamsom, B. 2001. "The impacts of a bundle of travel determinants on repeat visitation: An exploratory study of tourism in Thailand." Unpublished doctoral dissertation, Oklahoma State University.
- Reed, E. W., Cotter, R. V., Gill, E. K., & Smith, R. K. 1984. **Commercial banking** (3rd ed.). New York: Prentice-Hall.
- Rose-Green, E., & Dawkins, M. 2002. **Strategic bankruptcies and price reactions to bankruptcy filings**. Journal of Business Finance & Accounting, 29(9/10), 1319-1335.

การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี
ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
FOREIGN DIRECT INVESTMENT OF REPUBLIC OF KOREA
IN LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC

สมหวัง สุลละมานี

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรเกาหลีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail: blossomsoulamany@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพแวดล้อมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (2) วิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี และ (3) เสนอแนวทางการพัฒนาจุดด้อยของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันเป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี โดยงานวิจัยนี้ ใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ หนังสือ รายงาน บทความ วารสาร หนังสือพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ อินเทอร์เน็ต พร้อมทั้งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ 2 บริษัทสาธารณรัฐเกาหลี ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อช่วยสนับสนุนให้งานวิจัยนี้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ บริษัทโคลาวฟาร์มแอนด์ไบโออีเนอร์จี (KOLAO Farm & Bio Energy Company) และ บุษองลาวแบงก์จำกัด (Booyoung Lao Bank co.,ltd) งานวิจัยนี้ สามารถชี้ให้เห็นว่า ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และ ถูกจัดเป็นประเทศที่เข้ามาลงทุนในสปป. ลาวมากเป็นอันดับ 4 ทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวขึ้นเรื่อยๆในอนาคต นอกจากนี้ งานวิจัยยังสามารถวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ทั้งหมด 10 ปัจจัยย่อยโดยใช้โดมอนโมเดล และ ผลการวิเคราะห์ พบว่ายังมี 3 จุดด้อยของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่เป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ได้แก่ (1) ด้านพัฒนาทักษะแรงงาน (2) ด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ (3) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จากนั้นจึงเสนอแนวทางเพื่อการพัฒนาปัจจัยที่เป็นอุปสรรคดังกล่าวต่อไป

คำสำคัญ: การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ การดึงดูดการลงทุน โดมอนโมเดล

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study the environment of foreign direct investment of Republic of Korea in Lao People's Democratic Republic; (2) to analyze the competitive advantages of Lao

People's Democratic Republic to attract foreign direct investment of Republic of Korea; and (3) to provide the suggestions for development the weakness of Lao People's Democratic Republic. This research adopted the secondary data from believable sources such as, books, reports, treatises, magazines, newspapers, various researches and internet, together with the interview from 2 largest investors of Republic of Korea in Lao People's Democratic Republic including KOLAO Farm & Bio Energy Company and Booyoung Lao Bank.co.,ltd. This research presented the steady increase of foreign direct investment of Republic of Korea and ranked the 4th largest investor in Lao People's Democratic Republic. Furthermore, Diamond Model of Michael E. Porter has been used to analyze the competitive advantages of Lao People's Democratic Republic, which received 10 sub-factors of competitive advantages and 3 weaknesses affecting foreign direct investment of Republic of Korea.

KEYWORDS: Foreign Direct Investment, Investment Attraction, Diamond Model

บทนำ

การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ มีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ ให้เติบโตมากขึ้น ซึ่งการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศประกอบด้วย 2 กรณีคือ การออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ (OFDI: Outward Foreign Direct Investment) และ การเข้ามาลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (IFDI: Inward Foreign Direct Investment) ทั้งสองกรณีทำให้เกิดการพัฒนา และ การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอันส่งผลต่อการเติบโตด้านเศรษฐกิจ และ ด้านอื่นๆของประเทศ เช่น ด้านเทคโนโลยี และ องค์กรความรู้ ซึ่งประเทศที่พัฒนาแล้วมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกไปลงทุนโดยตรงในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ สปป. ลาว เป็นประเทศกำลังพัฒนาที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีความเสถียรภาพด้านการเมือง และ มีวัฒนธรรมอันดีงาม ที่เป็นองค์ประกอบอันสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากทั่วโลก ซึ่งสาธารณรัฐเกาหลีก็เป็นประเทศหนึ่งที่มีความสนใจเข้ามาลงทุนใน สปป. ลาว และ ถูกจัดอยู่ในอันดับ 4 ใน 10 ประเทศที่ลงทุนใน สปป. ลาวมากที่สุด (Phonethavong SINGHALATH, 2012) ทั้งนี้ เพื่อเป็นการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศให้มากขึ้น กระทรวงแผนการและการลงทุนแห่ง สปป. ลาว ได้มีนโยบายส่งเสริมการลงทุน เช่น การลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุน การสร้างเขตเศรษฐกิจพิเศษ เขตอุตสาหกรรมส่งออก เขตการท่องเที่ยว เขตปลอดภาษี และ อื่นๆ

ดังนั้นการวิจัยนี้ จึงเป็นการศึกษาการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว โดยเริ่มจากการศึกษาสภาพแวดล้อมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว แล้วจึงทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของสปป. ลาว โดยใช้ไดมอนด์โมเดล จากนั้นจึงนำเอาจุดด้อยของสปป. ลาว ที่เป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาจุดแข็งของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันเป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

งานวิจัยนี้อาศัยแนวคิดทฤษฎีสังเคราะห์จากองค์ประกอบต่างๆ (Eclectic Paradigm) John H. Dunning ได้อธิบายถึงปัจจัย 3 อย่างที่เป็นตัวกำหนดการลงทุนระหว่างประเทศของบริษัท ได้แก่ ความได้เปรียบในด้านการเป็นเจ้าของ (Ownership-Specific Advantages) ความได้เปรียบด้านแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantages) และ ความได้เปรียบจากการทำให้เป็นภายใน (Internalization-Specific Advantages)

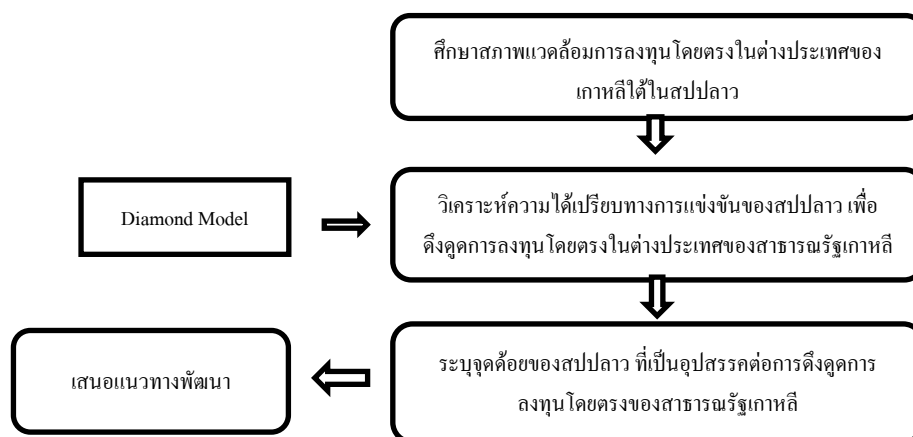
ความได้เปรียบในด้านการเป็นเจ้าของ หมายถึงบริษัทได้เปรียบในด้านปัจจัยการนำเข้า (Inputs) ที่จะป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ปัจจัยนำออก (Outputs) ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ปัจจัยนำเข้าดังกล่าวประกอบด้วยทุน ความสามารถทางเทคโนโลยี และ ทักษะในการบริหารองค์กร (Dunning, 1980)

Dunning อธิบายถึงความได้เปรียบด้านแหล่งที่ตั้งว่า บริษัทจะเลือกลงทุนในประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านที่ตั้ง เช่น แหล่งวัตถุดิบ แรงงาน ซึ่งทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ (Dunning, 1980)

ความได้เปรียบด้านการทำให้เป็นภายใน คือการตระหนักถึงความสำคัญ ของการออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของบริษัท การออกไปลงทุนในต่างประเทศแทนการส่งออก เป็นการรักษาคุณภาพของสินค้า และ ภาพลักษณ์ของตราสินค้า เพื่อหลีกเลี่ยงการเรียนรู้แบบสินค้าของบริษัทภายใน (Dunning, 1980)

กรอบแนวคิดการวิจัยเริ่มด้วยการศึกษาบทบาทการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ ของสาธารณรัฐเกาหลี ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ สปป. ลาว ซึ่งสาธารณรัฐเกาหลี ได้เริ่มเข้ามาลงทุนใน สปป. ลาว ในช่วงปี ค.ศ. 2001 และ เป็นนักลงทุนรายใหญ่ที่จัดอยู่ในอันดับต้นๆของ สปป. ลาว โดยหนังสือพิมพ์ Vientiane Times รายงานว่า นับตั้งแต่ ค.ศ. 2001 ถึง 2009 สาธารณรัฐเกาหลีถูกจัดอยู่ในอันดับ 6 จากทั้งหมด 37 ประเทศที่ลงทุนใน สปป. ลาว (Vientiane Times Online, 2009)

การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของ สปป. ลาว เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ทำโดยใช้โมเดลโมเดล (Diamond Model) ของ Michael E. Porter ที่ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต (Factor Conditions) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) และ กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) หลังการวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ทำให้สาธารณรัฐเกาหลีตัดสินใจเข้ามาลงทุนใน สปป. ลาวแล้ว จึงระบุปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ใน สปป. ลาว เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยเหล่านั้นต่อไป



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ เช่น หนังสือ รายงาน บทความ วารสาร หนังสือพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ อินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว มาจากหน่วยงานการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ เช่น กรมส่งเสริมการลงทุน กระทรวงแผนการและการลงทุนแห่งสปป. ลาว (Ministry of Planning and Investment)

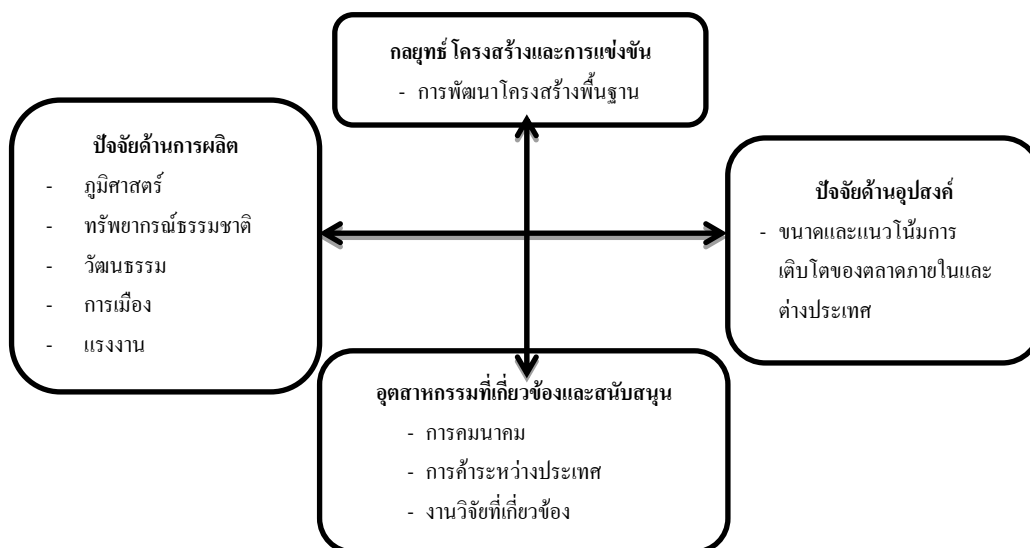
นอกจากนี้ ยังมีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ บริษัท และ ธนาคารของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว เพื่อช่วยสนับสนุนให้งานวิจัยนี้มีประสิทธิภาพ และ น่าเชื่อถือมากขึ้น ได้แก่ พนักงานสาธารณรัฐเกาหลี ของบริษัท โคลาวฟาร์มแอนด์ไบโออีเนอร์จี (KOLAO Farm & Bio Energy Company) และ ท่าน ชันติคอน พนสหัสวัด ผู้จัดการอาวุโส ธนาคารบูยองลาวจำกัด (Booyoung Lao Bank.co.,ltd) โดยเนื้อหาสำคัญของการสัมภาษณ์ครั้งนี้ มุ่งเน้นปัจจัยหลักของการตัดสินใจเข้ามาลงทุนในสปป. ลาว และ แนวโน้มในอนาคตของการลงทุนในสปป. ลาว ซึ่งข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการศึกษาสภาพแวดล้อมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว และ วิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของสปป. ลาว เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี โดยการใช้ไดมอนด์โมเดลเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยประกอบมี 2 ส่วนคือ สภาพแวดล้อมการลงทุนโดยตรงของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว และ การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของสปป. ลาว เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี พร้อมระบุจุดอ่อนของสปป. ลาว ที่เป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในสปป. ลาว เพิ่มขึ้นเคียงคู่กับการเติบโตด้านเศรษฐกิจ การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว ได้ถูกจัดเป็นประเทศที่เข้ามาลงทุนในสปป. ลาวมากเป็นอันดับ 4 รองจากเวียดนาม ไทย และ จีน ปัจจุบัน

สาธารณรัฐเกาหลีเข้ามาลงทุน ในสปป. ลาวทั้งหมด 257 โครงการ ทั้งในนครหลวงเวียงจันทน์ และ อีก 12 จังหวัด เช่น หัวพัน บ่อแก้ว อุดมไชย หลวงพระบาง เชียงขวาง เวียงจันทน์ คำม่วน บริคำไชย สะหวันนะเขต จำปาสัก สาละวัน และ อັตปือ ส่วนมากเป็นการลงทุนในด้านพลังงานไฟฟ้า เหมืองแร่ และ เกษตรกรรม (Investment Promotion Department, 2014) ท่าน ชันติคอน พนสะหวัด ผู้จัดการอาวุโส ธนาคารของลาวจำกัศกล่าววว่า “เศรษฐกิจของสปป. ลาว เจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการลงทุนจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น “



ภาพประกอบ 2 Diamond Model แสดงปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของสปป. ลาว เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี

จากการวิเคราะห์โดยใช้ ไดมอนโมเดล พบว่ามี 10 ปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของสปป. ลาว เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี

ขณะที่การระบุด้อยของสปป. ลาว ที่เป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงของสาธารณรัฐเกาหลี จะพิจารณาจาก 9 ปัจจัยย่อย โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และ กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน

1. ปัจจัยด้านการผลิต สปป. ลาว ตั้งอยู่บนใจกลางอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) และ อยู่ท่ามกลางประเทศเศรษฐกิจดาวรุ่ง เช่น จีน ไทย เวียดนาม และ กัมพูชา ซึ่งเป็นการง่ายสำหรับนักลงทุนสาธารณรัฐเกาหลีในการขยายการลงทุนจากประเทศเหล่านั้นมาสู่ สปป. ลาว ทั้งนี้ สปป. ลาว ยังเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ เช่น แร่ธาตุหลายชนิด ป่าไม้ และ สายน้ำ ซึ่งสาธารณรัฐเกาหลีลงทุนในอุตสาหกรรมเหมืองแร่ เกษตรกรรม และ การไฟฟ้าเป็นอันดับต้นๆ ในด้านวัฒนธรรม สปป. ลาวเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมอันดีงามและเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะความอ่อนโยน ความอ่อนน้อมถ่อมตนของคนลาว ซึ่งทำให้ชาวต่างชาติมีความสุขที่จะทำงานด้วย ด้านการเมือง มีความเสถียรภาพ สังคมมีความสุข เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว และ นักลงทุนจากต่างประเทศ ด้านแรงงาน สปป. ลาวถือเป็นอีกประเทศในเอเชียที่ยังมีอัตราค่าจ้างงานต่ำ และ มี

ประชากรที่อยู่ในวัยทำงานจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่มีทักษะระดับล่าง (ASEAN Economic Community, 2013)

2. **ปัจจัยด้านอุปสงค์** เศรษฐกิจของ สปป. ลาวเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งส่งผลให้อุปสงค์ด้านสินค้าและบริการจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Phonethavong SINGHALATH, 2012) ทำให้ประชาชนมีรายได้สูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อกำลังซื้อที่มากขึ้นด้วย

3. **อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน** สปป. ลาวเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางบก ซึ่งสร้างความสะดวกในการเดินทางไปมาหาสู่ และ ขนส่งสินค้าและบริการระหว่างประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงด้วยกัน อย่างไรก็ตาม ระบบขนส่งสาธารณะยังมีจำกัด ส่วนโครงการรถไฟความเร็วสูงคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี ค.ศ. 2018 ซึ่งมีระยะทาง 421 กิโลเมตร ทางด้านการคมนาคมทางอากาศ มีความทันสมัยขึ้น และมีสายการบินที่บินตรงไปสู่เมืองใหญ่ของหลายประเทศในเอเชีย ซึ่งปัจจุบันได้เพิ่มเที่ยวบินตรงจากนครหลวงเวียงจันทน์ สปป. ลาว ถึงเมืองอินชอน สาธารณรัฐเกาหลี สำหรับการคมนาคมทางน้ำ สปป. ลาว มีแม่น้ำหลายสายที่เป็นแหล่งทำมาหากิน มีแม่น้ำโขงเป็นแม่น้ำสายหลัก แต่ไม่มีทางออกสู่ทะเล (Ministry of Planning and Investment, 2012) ด้านการค้าระหว่างประเทศของ สปป. ลาว ขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รัฐบาล สปป. ลาว ได้ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศโดยการยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ยกเว้นภาษีส่งออก การลดอัตราภาษีสำหรับโครงการสัมปทานขนาดใหญ่ และ อื่นๆ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ ในสปป. ลาวที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งไม่เพียงพอสำหรับการเป็นแนวทางการศึกษาเพื่อเข้ามาลงทุนในสปป. ลาว ของนักลงทุนต่างประเทศ

4. **กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน** ภาพรวมของการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ ในสปป. ลาว มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อันมีผลมาจากการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว โดยเริ่มจากการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เช่น การขยายถนน การขยายเส้นทางการบิน โครงการรถไฟความเร็วสูง การสื่อสาร และ ระบบสาธารณสุข อย่างไรก็ตาม ในหลายพื้นที่เขตชนบทก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ยังมีการสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุนทั้งภายในและ ต่างประเทศ ด้วยการคุ้มครองนักลงทุนและทรัพย์สินของนักลงทุน โดยกฎหมายส่งเสริมการลงทุนแห่ง สปป. ลาว

ผ่านการวิเคราะห์ 10 ปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของสปป. ลาว เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี โดยโดมอนโมเดล พบว่ายังมี 3 จุดด้อยที่เป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงของสาธารณรัฐเกาหลี ได้แก่ (1) ด้านการพัฒนาทักษะแรงงาน (2) ด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ (3) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

อภิปรายผล

ในส่วนของการอภิปรายผล จะมีการเสนอแนวทางในการพัฒนา 3 จุดด้อยที่เป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลี ในสปป. ลาว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว

1. **ด้านการพัฒนาทักษะแรงงาน** แรงงานเป็นหัวใจหลักในระบบการผลิตและระบบเศรษฐกิจ แรงงานที่มีคุณภาพคือแรงงานที่มีทักษะและฝีมือดี ซึ่งช่วยให้งานที่ทำออกมามีประสิทธิภาพ ช่วยในการประหยัดและลดความสิ้นเปลืองของวัตถุดิบในการผลิต ช่วยลดเวลาในการทำงาน แต่เนื่องจากแรงงานที่มีทักษะและฝีมือในสปป. ลาวยังมีอย่างจำกัด ถึงแม้ว่าปัจจุบัน จะมีโครงการสร้างทักษะแรงงานและวิชาชีพในกำพูชา สปป. ลาว และเมียนมาร์ (Project of Capacity Building and Skills Development for Labours of Cambodia, Laos and Myanmar) แต่ก็เพื่อส่งเสริมความมั่นคง และ พัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ชายแดนของไทยกับเพื่อนบ้านเท่านั้น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ พัฒนาการศึกษาศาอาชีพ โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาประกอบใช้เข้าในการเรียนการสอน ควรมีการสร้างโครงการเพื่อพัฒนาทักษะและฝีมือแรงงานขึ้น โดยกระจายไปตามแต่ละเขตให้ทั่วถึง ด้านหน่วยธุรกิจ ควรพัฒนาฝีมือแรงงานโดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาให้ความรู้เพื่อเสริมทักษะการทำงาน และ การส่งแรงงานที่มีความก้าวหน้าไปดูงานและฝึกอบรมที่ต่างประเทศ เพื่อนำเอาความรู้ใหม่ๆมาประยุกต์ใช้ให้ดียิ่งขึ้น

2. **ด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** เป็นปัจจัยที่สำคัญในการศึกษาเพื่อเข้ามาลงทุนใน สปป. ลาว ซึ่งนักลงทุนต่างก็อยากได้ข้อมูลจากการวิจัย เพื่อนำไปวิเคราะห์ และ พิจารณาถึงความเป็นไปได้ของการลงทุน ซึ่งงานวิจัยเหล่านี้ ไม่ได้เป็นแค่แนวทางการศึกษาการลงทุน แต่เปรียบเสมือนเป็นการส่งเสริมการลงทุน เพื่อเพิ่มโอกาสให้ สปป. ลาว ได้รับการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ปัจจุบัน กระทรวงแผนการ และการลงทุนแห่ง สปป. ลาว ได้ทำหนังสือคู่มือเรียกการลงทุน และ คู่มือการส่งเสริมการลงทุนออกวางขาย แต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในสปป. ลาว ถือว่ายังมีน้อย อันเนื่องมาจากแหล่งข้อมูลที่จำกัด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการเผยแพร่อย่างกว้างขวางในข้อมูลที่เป็นต่อการทำวิจัย เช่น การเผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และ มีการอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา

3. **ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน** ถึงแม้ สปป. ลาวจะเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางบก ที่สร้างความสะดวกในการเดินทางไปมาหาสู่ และ ขนส่งสินค้าและบริการระหว่างประเทศในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงด้วยกัน มีโครงการรถไฟความเร็วสูง มีการขยายถนน มีระบบการสื่อสารที่รวดเร็ว แต่สปป. ลาว ก็ยังไม่มีรถไฟไฟฟ้าที่เป็นระบบขนส่งสาธารณะที่สะดวกสบาย และ ไม่มีท่าจอดเรือขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากไม่มีทางออกสู่ทะเล ซึ่งทำให้อัตราค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศสูงและเกิดความชักช้าเพราะระยะทางที่ไกล ในหลายพื้นที่เขตชนบทก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึง ยังไม่มีไฟฟ้าและน้ำประปา ถนนไม่ได้รับการปรับปรุงอย่างใดก็ดี การเปลี่ยนแปลงของภูมิประเทศเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ ดังนั้น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางบก ด้วยการปรับปรุงถนนให้มีการใช้งานได้ดีขึ้นกว่าเดิม การขยายเส้นทางเพื่อสร้างทางเลือกในการเดินทาง และ ยังเป็นการนำเอาการพัฒนาไปให้ประชาชนเขตดังกล่าว เพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีสังเคราะห์จากองค์ประกอบต่างๆ (Eclectic Paradigm) ของ John H. Dunning โดยที่สาธารณรัฐเกาหลีมีความได้เปรียบด้านการเป็นเจ้าของธุรกิจ เป็นนักลงทุน และ สปป. ลาว ก็มีความได้เปรียบด้านแหล่งที่ตั้ง ที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการลงทุนในต่างประเทศของสาธารณรัฐเกาหลีได้อย่างลงตัว

ข้อเสนอแนะ

เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักลงทุนต่างประเทศที่มีความสนใจในการเข้าไปลงทุนโดยตรง ในสปป. ลาว จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. นักลงทุนควรศึกษาอย่างละเอียดในประเภทของธุรกิจที่จะเข้าไปลงทุน รวมทั้งกฎหมายส่งเสริมการลงทุน และ ระบบอากรของสปป. ลาว
2. การเข้าไปลงทุนโดยตรงในสปป. ลาว นักลงทุนต่างประเทศควรปฏิบัติ 3 ขั้นตอนดังนี้ (สภาการค้าและอุตสาหกรรมแห่งชาติ สปป. ลาว)

การขอใบอนุญาตการลงทุน และ ทะเบียนวิสาหกิจจากหน่วยงานประดุเดียว กรมส่งเสริมการลงทุน กระทรวงแผนการ และ การลงทุนแห่งสปป. ลาว ซึ่งนักลงทุนควรมีเอกสารดังนี้

- ทะเบียนขอจัดตั้งบริษัท
- ระเบียบของบริษัท
- บทวิภาคเศรษฐกิจ/แผนดำเนินธุรกิจ
- ภาระผูกพันตามสัญญา หรือ ข้อมูลระหว่างนักลงทุน (กรณีการลงทุนร่วมกันระหว่างสปป. ลาว และ ต่างประเทศ)
- ภาคผนวก
- สำเนาชีวประวัติ และ หนังสือเดินทางของนักลงทุน
- เอกสารแสดงสถานะทางการเงินของนักลงทุน

การขอทะเบียนอากร ซึ่งนักลงทุนควรมีเอกสารดังนี้

- ใบสมัครถึงกรมอากร เพื่อขอลงทะเบียนอากร
- สำเนาใบอนุญาตการลงทุน
- สำเนาทะเบียนวิสาหกิจ
- เอกสารยืนยันสถานะทางการเงินจากธนาคาร
- รายชื่อพนักงาน และ แรงงานที่ได้รับการว่าจ้างโดยบริษัท

การขอตราขายบริษัท ควรมีเอกสารดังนี้

- สำเนาใบอนุญาตการลงทุน
- สำเนาทะเบียนวิสาหกิจ
- สำเนาทะเบียนอากร

เอกสารอ้างอิง

- ASEAN Secretariat. 2011. Plus Three, Japan, Korea FDI into ASEAN Surged, Trade Remained Robust. Retrieved from <http://www.asean.org/news/asean-secretariat-news/item/plus-three-japan-korea-fdi-into-asean-surged-trade-remained-robust>
- Association of Southeast Asian. 2009. Nations Agreement of Investment Under the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation Among the Governments of the Member Countries of the Association of Southeast Asian Nations and the Republic of Korea. Retrieved from <http://akfta.asean.org/index.php?page=investment-legal-text>
- Dunning, John H. 2000. The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity.
- Laliew Angsakunwong. 2010. "Impacts of the Republic of Korea foreign direct investment on the development of CLMV" M.A. Chulalongkorn University.
- Ministry of Planning and Investment of Lao PDR, 2014. Approved Domestic and Foreign Investment Summary Report by Sector
- Ministry of Planning and Investment of Lao PDR. 2012. Facts on Lao PDR. Retrieved from http://www.investlaos.gov.la/show_encontent.php?contID=5
- Ministry of Planning and Investment of Lao PDR. 2012. The Investment Report and Statistics. Retrieved from http://www.investlaos.gov.la/show_encontent.php?contID=29
- Oliver Schoenweger and Alfons Üllenberg. 2009. **Foreign Direct Investment (FDI) in Land in the Lao PDR.** Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (German technical Cooperation)
- Padma Mallampally and Karl P. Sauvant. 1999. Foreign Direct Investment in Developing Countries. Finance and Development. 1999. Volume 36. Number 1. Retrieved from <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/1999/03/mallampa.htm>
- Pemasiri J. Gunawardana and Sommala Sisombat. An overview of Foreign Investment Laws and Regulations of Lao PDR. Melbourne, Australia. Victoria University. Retrieved from <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/viewFile/1499/1437..>
- Phonethavong SINGHALATH. 2012. Current Investment Regime of Lao PDR. Ministry of Planning and Investment of Lao PDR. Retrieved from <http://www.oecd.org/investment/investmentfordevelopment/50075285.pdf>
- Porter, M. E. 1990. **The Competitive Advantage of Nations.** New York: Free Press
- Rugman, A. M. 2010. Reconciling Internalization theory and the eclectic paradigm. Retrieved from http://centaur.reading.ac.uk/6112/1/MBR_18_2_-1_FINAL.pdf
- Smith, Adam. 1776. **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations.** University of Chicago Press.

- Shenkar, O.& Luo,Y. 2007. International business in an Age of Globalization. Ohio State University & University of Miami. Retrieved from http://www.sagepub.com/upm-data/18593_Chapter_1.pdf
- Stopford, John M. ; Susan Strange; John S. Henley. 1991. Rival states, rival firms. Cambridge University Press.

**การศึกษาความพอใจต่อคุณลักษณะผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี
ด้วยวิธีวิเคราะห์ห้อยประกอบร่วม**

**PREFERENCE FOR OTOP PRODUCT: MUDMEE HAND-WOVEN
FABRICS, NONG KHAYANG DISTRICT, UTHAITHANI PROVINCE
BY CONJOINT ANALYSIS**

จินตนา เมืองเส้น

ขวัญ เพชรสว่าง

อาจารย์ประจำ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail : jintana_m@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพอใจต่อคุณลักษณะผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ด้วยวิธีวิเคราะห์ห้อยประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยมุ่งศึกษาถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ ที่จะสร้างความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค ในการศึกษาจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ จำนวน 55 ตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สำหรับข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้มาจากการรวบรวมของหน่วยงานต่าง ๆ โดยข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจะนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิเคราะห์พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นคุณลักษณะที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด โดยมีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 30.77 อันดับที่ 2 ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ มีค่าความสำคัญร้อยละ 19.07 อันดับที่ 3 ได้แก่ ราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 15.98 อันดับที่ 4 ได้แก่ ลายผ้ามีค่าความสำคัญร้อยละ 14.73 อันดับที่ 5 ได้แก่ โทนสี มีค่าความสำคัญร้อยละ 11.60 และอันดับสุดท้ายคือ การส่งเสริมการขาย มีค่าความสำคัญร้อยละ 7.85

เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์เป็นรายคุณลักษณะพบว่า คุณลักษณะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการจำหน่ายผ้าทอมือ ณ ศูนย์ OTOP มากที่สุด รองลงมาคือการจำหน่าย ณ ร้านค้าทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า สำหรับการประชาสัมพันธ์ซึ่งคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ผ่านช่องทางวิทยุ/โทรทัศน์มากที่สุด ด้านราคาซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 พบว่า มีค่าอรรถประโยชน์ติดลบทั้งหมด โดยเมื่อผ้าทอมือมีราคาสูงขึ้นจะทำให้ค่าอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคลดลง สำหรับคุณลักษณะด้านลายผ้าซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ

ผ้าทอมือลายประยุกต์มากกว่าผ้าลายโบราณ ด้านโทนสีซึ่ง เป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 5 พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจผ้าทอมือโทนสีอ่อนมากกว่าโทนสีเข้ม สำหรับคุณลักษณะด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือพบว่า ผู้บริโภคนิยมการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา มากกว่าการได้รับของแถม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์ OTOP เพิ่มขึ้น พร้อมกับให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในขณะเดียวกันผู้ผลิตควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภค

คำสำคัญ : วิเคราะห์องค์ประกอบร่วม, โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ABSTRACT

This study of the preference for OTOP product: Mudmee Hand-Woven Fabrics from Nong Khayang District, Uthathani Province by Conjoint Analysis focused on the features of hand-woven products which created the satisfaction or utility to the consumer. The primary data for the study were collected using questionnaires. Fifty five consumers in Bangkok Metropolitan area who used to buy Mudmee Hand-Woven Fabrics were randomly chosen for the sample study. The data were analyzed by using SPSS computer software program. In addition, the secondary data were derived from public and private involving sectors.

The results using conjoint analysis showed that the “distribution channel” was the most important feature that consumers gave priority in determining the most satisfaction. The importance of the distribution channels was accounting for 30.77 percent. The second ranking was “public relations” with 19.07 percent. Following by, the third ranking was “price” with 15.98 percent. The fourth ranking was the “textile design” with 14.73 percent. The fifth ranking was “color tone” with the important of 11.60 percent. The last was “promotion” with the significance of 7.85 percent.

When considering each utility feature, findings were as follows: For distribution channels, consumers were satisfied with the sales at OTOP center at the most, followed by the sale at the general store or the department store. For publicity, consumers were satisfied with promotion of OTOP products through radio / television. In addition, the total utility of Mudmee hand-woven fabrics price was negative. This means that when the price rise, the consumer's utility will decline. For fabric design, consumers were satisfied modern pattern than traditional one. Furthermore, the satisfaction of the light color of hand-woven fabric was over a darker shade. For the promotion, the decision to purchase was discounts rather than receiving gifts. Therefore, the government should increase the number of OTOP centers and promote OTOP products via different media. Meanwhile the OTOP producers should develop their products according to consumer desire.

KEYWORDS : Conjoint Analysis, OTOP

1. บทนำ

การแก้ปัญหาความยากจนโดยการกระจายรายได้อย่างเท่าเทียมกันถือเป็นเป้าหมายทางเศรษฐกิจสำคัญประการหนึ่งในการบริหารประเทศของรัฐบาล โดยรัฐบาลพยายามใช้นโยบายในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพื่อเป็นการพัฒนาให้ชุมชนต่างๆ สามารถหาเลี้ยงตนเองได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งหนึ่งในโครงการที่รัฐบาลได้มีการเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 และยังคงให้ความสำคัญสนับสนุนในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) ซึ่งเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของรัฐบาล ที่มีเป้าหมายมุ่งเน้นให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด ก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ในชุมชน

จังหวัดอุทัยธานี ถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่หน่วยงานภาครัฐภายในจังหวัดเล็งเห็นความสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยได้มีการบรรจุการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนตามแนวคิดของนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ลงในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี (องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี, 2554) โดยในปี พ.ศ.2555 มีประชาชนที่รวมกลุ่มเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและมาลงทะเบียนบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดอุทัยธานี จำนวนทั้งสิ้น 186 กลุ่ม โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ประชาชนมีการรวมกลุ่มมากที่สุดอันดับที่ 1 ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง และของที่ระลึก รองลงมาอันดับที่ 2 ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย และอันดับที่ 3 ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร อย่างไรก็ตาม จากรายงานผลิตภัณฑ์ OTOP ปี 2555 จังหวัดอุทัยธานี แบ่งกลุ่มตามประเภทและกลุ่มผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มดาวเด่นสู่สากล OTOP ที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และก่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชนได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ยังมีกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือที่มีศักยภาพและความสามารถในการผลิตมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น และราคาไม่สูงจนเกินไป แต่ถูกจัดอันดับให้อยู่ในกลุ่มพัฒนาสู่การแข่งขันและกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา เนื่องด้วยขาดการพัฒนาที่จริงจังและต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มผ้าทอมือ ในอำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี

ผู้วิจัยจึงได้เข้าเยี่ยมชมการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ ในอำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี พร้อมสอบถามสถานการณ์การดำเนินงานในปัจจุบันรวมถึงความช่วยเหลือด้านต่างๆ ที่กลุ่มผู้ผลิตต้องการ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตมีความต้องการที่จะพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ต้องการทราบการตั้งราคาขายที่เหมาะสม และต้องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะช่วยส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเกิดแนวความคิดที่จะนำปัจจัยส่วนประสมทางด้านการตลาดที่มีผลต่อความพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ มาศึกษาโดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ ที่จะสร้างความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาและวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

3. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

3.1 แนวคิดวิธีวิเคราะห์ห่อหุ้มประกอบรวม (Conjoint Analysis)

วิธีวิเคราะห์ห่อหุ้มประกอบรวม (Conjoint Analysis) เป็นเทคนิคที่ใช้ในการประมาณค่าความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการ และเป็นการวัดการตัดสินใจแลกเปลี่ยน (Trade-off) ของผู้บริโภค (Hair et al, 2010) ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในคุณลักษณะต่างๆ ที่มีความหลากหลายในสินค้า และสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้พบว่ามีการศึกษาในสินค้า เช่น อาหาร รถยนต์ คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เครดิตการ์ด ระบบการดูแลสุขภาพ และการท่องเที่ยว เป็นต้น แนวคิดพื้นฐานของวิธีวิเคราะห์ห่อหุ้มประกอบรวม (Conjoint Analysis) มาจากทฤษฎีอุปสงค์ที่ว่า อรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคไม่ได้มาจากตัวสินค้าโดยตรง แต่มาจากความพึงพอใจในคุณลักษณะต่างๆ ของตัวสินค้า (Lancaster, 1971) ทฤษฎีดังกล่าวสมมติว่าผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะที่หลากหลาย และพฤติกรรมทางเลือกของผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจและสนองตอบกับผลิตภัณฑ์นั้นในลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ โดยทฤษฎีอรรถประโยชน์พื้นฐานกล่าวว่า สินค้าหรือกลุ่มสินค้าและบริการจะถูกประเมินตามอรรถประโยชน์ทางอ้อม โดยคุณค่าที่ได้จะกำหนดจากคุณลักษณะสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้รับรู้

3.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Philip Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552, หน้า 80-82) ได้ระบุว่า องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กร ไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution) และการกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ตัวอย่างเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing)

4. วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพอใจต่อคุณลักษณะผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค มีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ที่เป็นที่ผู้บริโภคต้องการ โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคเบื้องต้น และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการรวบรวมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มาประกอบกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทำให้ได้คุณลักษณะและระดับคุณลักษณะที่จะนำมาศึกษาดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะที่นำมาศึกษา

ลำดับ	คุณลักษณะของผ้าทอมือ	ระดับ
1	ลายผ้า	1.1 ลายโบราณ 1.2 ลายประยุกต์
2	โทนสี	2.1 สีอ่อน 2.2 สีเข้ม
3	ราคา	3.1 ราคา 350 บาทต่อผืน 3.2 ราคา 600 บาทต่อผืน 3.3 ราคา 850 บาทต่อผืน
4	ช่องทางการจำหน่าย	4.1 แหล่งผลิต 4.2 ศูนย์ OTOP 4.3 ร้านค้าทั่วไป/ห้างสรรพสินค้า 4.4 ออนไลน์
5	การส่งเสริมการขาย	5.1 ลดราคา 5.2 มีของแถม
6	การประชาสัมพันธ์	6.1 วิทยุ/โทรทัศน์ 6.2 งานจัดแสดงสินค้า 6.3 อินเทอร์เน็ต

2. สร้างชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ โดยการนำจำนวนระดับของแต่ละคุณลักษณะผ้าทอมือที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดมาคูณกัน ทำให้ได้จำนวนชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมด $2 \times 2 \times 3 \times 4 \times 2 \times 3$ จะได้เท่ากับ 288 ชุดคุณลักษณะ

3. ทำการลดจำนวนชุดคุณลักษณะที่จะนำมาศึกษา เนื่องจากชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ตามขั้นตอนที่ 2 มีจำนวนที่มากเกินไป ผู้วิจัยจึงทำการลดชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดโดยใช้วิธี full fractional factorial designs ด้วยโปรแกรม SPSS ทำให้ได้จำนวนชุดคุณลักษณะที่เหมาะสมในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 16 ชุด

4. ดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามกับผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ จำนวน 55 ตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างจากข้อ 1-3 ในการเก็บแบบสอบถามจะใช้วิธี full profile design ซึ่งเป็นการนำเสนอชุดคุณลักษณะที่ศึกษาทั้งหมดพร้อมๆกัน ด้วยการแสดงตัวอย่างผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี และใช้วิธีการบรรยายประกอบสำหรับคุณลักษณะด้านอื่นๆ โดยขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามจัดเรียงลำดับชุดข้อมูลที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันตามลำดับความพึงพอใจจากมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุดตั้งแต่ 1-16

5. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาประมวลผลความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ ด้วยวิธีวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

5. ผลการศึกษา

การศึกษาคูณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคโดยอาศัยวิธี Conjoint Analysis ในครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์แบบจำลอง โดยมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ค่าสถิติ Pearson's R มีค่าเท่ากับ 0.937 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.828 จึงกล่าวได้ว่าแบบจำลองในการศึกษาครั้งนี้ สามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะของผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ ได้ถึงร้อยละ 82.8

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากแบบจำลอง

คุณลักษณะ	ค่าความสำคัญ (ร้อยละ)
ลายผ้า	14.73
โทนสี	11.60
ช่องทางการจำหน่าย	30.77
การส่งเสริมการขาย	7.85
การประชาสัมพันธ์	19.07
ราคา	15.98

จากตารางที่ 2 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากแบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของผ้าทอมือประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ มากที่สุด โดยมีค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 30.77 อันดับที่ 2 ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ มีค่าความสำคัญร้อยละ 19.07 อันดับที่ 3 ได้แก่ ราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 15.98 อันดับที่ 4 ได้แก่ ลายผ้ามีค่าความสำคัญร้อยละ 14.73 อันดับที่ 5 ได้แก่ โทนสี มีค่าความสำคัญร้อยละ 11.60 และอันดับสุดท้ายคือ การส่งเสริมการขาย มีค่าความสำคัญร้อยละ 7.85

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของผ้าทอมือประเภทผ้ามัดหมี่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี

คุณลักษณะ	ระดับของคุณลักษณะ	ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error
ลายผ้า	ลายโบราณ	-.343	.151
	ลายประยุกต์	.343	.151
โทนสี	สีเข้ม	-.216	.151
	สีอ่อน	.216	.151
ช่องทางการจัดจำหน่าย	แหล่งผลิต	.359	.262
	ศูนย์ OTOP	.636	.262
	ร้านค้าทั่วไป/ห้างสรรพสินค้า	.414	.262
	ออนไลน์	-1.409	.262
การส่งเสริมการขาย	ลดราคา	.007	.151
	มีของแถม	-.007	.151
การประชาสัมพันธ์	วิทยุ/โทรทัศน์	.370	.202
	งานจัดแสดงสินค้า	-.198	.237
	อินเทอร์เน็ต	-.171	.237
ราคา	350 บาท	-.326	.183
	600 บาท	-.651	.365
	850 บาท	-.977	.548
ค่าคงที่		9.009	.357

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์เป็นรายคุณลักษณะพบว่า คุณลักษณะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการจำหน่ายผ้าทอมือ ณ ศูนย์ OTOP มากที่สุด โดยมีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ 0.636 รองลงมาคือการจำหน่าย ณ ร้านค้าทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า มีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ 0.414 การจำหน่าย ณ แหล่งผลิต มีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ 0.359 ในขณะที่การจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์มีค่าอรรถประโยชน์ติดลบ โดยมีค่าเท่ากับ -1.409 นั่นคือ การจำหน่ายสินค้า OTOP ผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคมีอรรถประโยชน์ลดลง หรือผู้บริโภคไม่นิยมซื้อสินค้า OTOP ผ่านช่องทางออนไลน์ สำหรับการประชาสัมพันธ์ซึ่งคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ผ่านช่องทางวิทยุ/โทรทัศน์มากที่สุด โดยมีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ 0.370 ในขณะที่การประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และการจัดแสดงสินค้ามีค่าอรรถประโยชน์ติดลบเท่ากับ -0.171 และ -0.198 ตามลำดับ แสดงว่าการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ผ่านช่องทางวิทยุ/โทรทัศน์ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้า OTOP หรือได้รับข่าวสารง่ายกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และการจัดแสดงสินค้า สำหรับคุณลักษณะด้านราคาเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 พบว่ามีค่าอรรถประโยชน์ติดลบทั้งหมด โดยเมื่อผ้าทอมือมีราคาสูงขึ้นจะทำให้ค่าอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะด้าน ราคา มีค่าลดลง จากตารางผลการวิเคราะห์จะเห็นว่า ผ้าทอมือระดับราคา 350 บาทต่อผืน มีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ -0.326 แต่เมื่อราคาผ้าทอมือเพิ่มเป็น 600 บาทต่อผืน ค่าอรรถประโยชน์จะมีค่าลดลงเป็น -0.651 และหากราคาผ้า

ทอมือเพิ่มเป็น 850 บาทต่อพื้น ค่าอรรถประโยชน์จะยิ่งมีค่าลดลงมากที่สุด เป็น -0.977 สำหรับคุณลักษณะด้านลายผ้า ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 พบว่า ค่าอรรถประโยชน์ที่มีต่อผ้าลายโบราณเท่ากับ -0.343 และผ้าลายประยุกต์เท่ากับ 0.343 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผ้าทอมือลายประยุกต์มากกว่าผ้าลายโบราณ ด้านคุณลักษณะด้านโทนสี เป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 5 มีค่าอรรถประโยชน์แบบโทนสีเข้มเท่ากับ -0.216 และโทนสีอ่อนเท่ากับ 0.216 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผ้าทอมือโทนสีอ่อนมากกว่าโทนสีเข้ม สำหรับคุณลักษณะด้านการส่งเสริมการขายเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการซื้อผ้าทอมือ โดยการส่งเสริมการขายแบบลดราคามีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ 0.007 และการส่งเสริมการขายโดยการแถม มีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ -0.007 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคนิยมการส่งเสริมการขายแบบลดราคา มากกว่าการได้รับของแถม

6. สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาแสดงให้เห็น ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากที่สุด อันดับที่ 2 ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ อันดับที่ 3 ได้แก่ ราคา อันดับที่ 4 ได้แก่ ลายผ้า อันดับที่ 5 ได้แก่ โทนสี และอันดับสุดท้ายคือ การส่งเสริมการขาย เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์เป็นรายคุณลักษณะพบว่า คุณลักษณะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการจำหน่ายผ้าทอมือ ณ ศูนย์ OTOP มากที่สุด รองลงมาคือการจำหน่าย ณ ร้านค้าทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า สำหรับการประชาสัมพันธ์ซึ่งคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ผ่านช่องทางวิทยุ/โทรทัศน์มากที่สุด ด้านราคาซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 พบว่า ค่าอรรถประโยชน์มีค่าติดลบทั้งหมด โดยเมื่อผ้าทอมือมีราคาสูงขึ้นจะทำให้ค่าอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคมีค่าลดลง สำหรับคุณลักษณะด้านลายผ้า ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผ้าทอมือลายประยุกต์มากกว่าผ้าลายโบราณ ด้านโทนสีซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผ้าทอมือโทนสีอ่อนมากกว่าโทนสีเข้ม สำหรับคุณลักษณะด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือพบว่า ผู้บริโภคนิยมการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา มากกว่าการได้รับของแถม จากผลการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด ล้วนมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นไปตามทฤษฎี แต่อย่างไรก็ตามในสินค้าแต่ละตัวผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในแต่ละปัจจัยที่แตกต่างกัน สำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้ มีดังนี้

1. ผลการศึกษานี้ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ามากที่สุด โดยมีความพึงพอใจต่อการจำหน่ายผ้าทอมือ ณ ศูนย์ OTOP รองลงมาคือการจำหน่าย ณ ร้านค้าทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า ดังนั้นหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์ OTOP เพิ่มขึ้น และประสานงานกับร้านค้าทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า เพื่อขอพื้นที่ในการวางจำหน่ายสินค้า OTOP ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกในการหาซื้อสินค้า OTOP มากขึ้น

2. กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ ในอำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น พัฒนาลายผ้าและสีสันทันสมัย รวมไปถึงการนำผ้าทอมือมาตัดเย็บเป็นชุดสำเร็จรูปวางจำหน่าย โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมผ้าทอมือลายประยุกต์มากกว่าผ้าทอมือลายโบราณ และนิยมผ้าทอโทนสีอ่อนมากกว่าโทนสีเข้ม

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ ให้มากขึ้นเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จัก และมีการรณรงค์ให้คนไทยใช้ผ้าทอมือในโอกาสต่างๆ รวมทั้งมีการส่งเสริมการขายด้วยการจัดโปรโมชั่นลดราคาตามเทศกาล

4. สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป มีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงการเปรียบเทียบความพอใจในการเลือกซื้อผ้าทอมือ ประเภทผ้ามัดหมี่ กับผ้าทอมือ ประเภทอื่นๆ เพื่อค้นหาผ้าทอมือที่สามารถสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดอุทัยธานี ต่อไป

7. รายการอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior**. กรุงเทพฯ: Dimond in business world

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี. (2555). **OTOP อุทัยธานี**. Available from: <http://uthaithani.cdd.go.th/page4.html> [21 March 2014].

Hair, J. F., R. E. Anderson, B. Tatham and W. M. Black. (2010). **Multivariate Data Analysis**. 7th ed. Prentice Hall, New York.

Lancaster, K. J. (1971). **Consumer Demand: A New Approach**. New York: Columbia University.

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงานของสถาปนิกไทย

ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

FACTORS INFLUENCING THE DECISION MAKING FOR THE TRANSFER
OF THAI ARCHITECTURAL MAN POWER WITHIN
ASEAN ECONOMIC COMMUNITY

อนพัทธ์ หนองอุ

หัวหน้าสาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Email : anapat.no@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงานของสถาปนิกไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษามาตรการ เงื่อนไขในการเปิดการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจย้ายไปประกอบอาชีพในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกไทย โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มแรงงานไทยที่ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบอาชีพสถาปัตย์กรรมควบคุม (ตามข้อบังคับฯ ว่าด้วยคุณสมบัติผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตย์กรรมควบคุม พ.ศ. 2552) จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบใช้ความสะดวก (Accessible Sampling) เครื่องมือและสถิติในการวิจัย ได้แก่ การศึกษาความคิดเห็นของสถาปนิกไทยผ่านเครื่องมือแบบสอบถาม และวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) แบบ Binary Logistic ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

(1) มาตรการ เงื่อนไขในการเปิดการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าด้านการเคลื่อนย้ายแรงงานในกรอบของ AEC Blueprint เกี่ยวข้องกับการเปิดเสรี 2 ด้าน ได้แก่ 1) การเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพตามข้อตกลงยอมรับร่วมกันด้านคุณสมบัติในสาขาวิชาชีพหลัก (Mutual Recognition Arrangements: MRAs) และ 2) การค้าบริการ (กรอบความตกลง AFAS หรือ ASEAN Framework Agreement on Services) รวมทั้งการเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดา (Movement of Natural Persons) ในรูปแบบที่ 4 การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Presence of Natural Person)

(2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลต่อการตัดสินใจย้ายไปทำงานของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกไทยในประเทศสมาชิกอาเซียน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ได้แก่ ปัจจัยดังต่อไปนี้ (ปัจจัยด้านโอกาสสำหรับความก้าวหน้าในอาชีพ (มีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลที่ 0.336) และปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในประเทศกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียน (มีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลที่ 0.272) โดยทั้ง 2 ปัจจัยมีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลในทางบวกกับการตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงาน

คำสำคัญ : การตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงาน สถาปนิกอาเซียน

ABSTRACT

The study covers factors which have an impact on decision making on the transfer of Thai architectural man power within ASEAN Economic Community (AEC). There are two main objectives. First is to address the measures or conditions related to the transfer of architectural man power within AEC. Second is to study the relationship of causal factors which have an impact on the decision making for the transfer. The sample includes a total of 400 people (using Accessible Sampling Technique) who have a controlled architectural profession license (as according to the regulation in 2009). The study will be conducted by using an interview process and two economical tools will be adopted to run the analysis. They are Logistic Regression Analysis and Binary Logistic. The results of the study are as follows:

1) The findings on measures or conditions related to the transfer of architectural man power within AEC saw that the transfer having strong relationship with two main factors. 1) Mutual Recognition Arrangements (MRAs) and 2) ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS) as well as the fourth pattern of Movement of Natural Persons (Presence of Natural Person)

2) Factors which have a significant positive impact (with 90% confidence level) on the transfer are attracting factors (career opportunities – the impact results are 0.336) and quality of life factors in AEC countries (impact results are 0.272).

KEYWORDS: Decision Making for Transfer, ASEAN Architect

บทนำ

ปัจจุบันในยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ และด้านอื่นๆ อย่างรวดเร็ว หลายประเทศ จึงเกิดแนวคิดในการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในทวีปเอเชีย นั้นพบว่ามีการจัดตั้งสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asia Nation: ASEAN) หรือ อาเซียน (ASEAN) และกำหนดให้มีการรวมตัวเพื่อสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นการรวมตัวกันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ (AEC) ด้านสังคม วัฒนธรรม (ASEAN Socio Cultural Community: ASCC) และด้านความมั่นคง(ASEAN Security Community: ASC) ซึ่ง ประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและประชากรของประเทศสมาชิกอาเซียน ได้แก่ การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วม โดยกำหนดให้มีการเคลื่อนย้ายของสินค้าอย่างเสรี (Free flow of goods) การเคลื่อนย้ายของบริการอย่างเสรี (Free flow of services) การเคลื่อนย้ายของการลงทุนอย่างเสรี (Free flow of Investment) การเคลื่อนย้ายของเงินทุนอย่างเสรี (Free flow of capital) และ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี(Free flow of Labor) ซึ่งถือว่ามีผลต่อความสำเร็จในการเปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายด้านอื่นๆ เนื่องจาก “แรงงานฝีมือ” เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจด้านการบริการ การลงทุน ดังนั้นหากการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรีประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของประชาคมอาเซียน ก็จะส่งผลดีต่อภาคการผลิตและการบริการของประเทศสมาชิก ด้วยเหตุผลดังกล่าว “วิชาชีพสถาปนิก” เป็น 1 ใน 7 วิชาชีพที่จะมีการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงานของสถาปนิกไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการและภาครัฐวางแผนนโยบายหรือกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียนได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษามาตรการ เงื่อนไขในการเปิดการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจย้ายไปประกอบอาชีพในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษามาตรการ เงื่อนไขในการเปิดการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจย้ายไปประกอบอาชีพในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนของสถาปนิกไทย ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มแรงงานสถาปนิกไทยที่ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบอาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม (ตามข้อบังคับว่าด้วยคุณสมบัติผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม พ.ศ. 2552) โดยการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบใช้ความสะดวก (Accessible Sampling) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีการสุ่มตัวอย่างจากแรงงานสถาปนิกไทยที่เข้าร่วมงานสถาปนิก'56 ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 30 เมษายน – 5 พฤษภาคม 2556 ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามซึ่งมีสาระครอบคลุมถึงข้อมูลพื้นฐาน ความคิดเห็นหรือการรับรู้ข้อมูลของสถาปนิกไทยต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงานไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) แบบ Binary Logistic

4. สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. มาตราการ เงื่อนไขในการเปิดการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในกรอบของ AEC Blueprint เกี่ยวข้องกับการเปิดเสรี 2 ประเภท

1.1 การเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพตามข้อตกลงยอมรับร่วมกันด้านคุณสมบัติในสาขาวิชาชีพหลัก (Mutual Recognition Arrangements: MRAs) มีวัตถุประสงค์หลักที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้สถาปนิกที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดสามารถจดทะเบียนเป็นสถาปนิกอาเซียน (ASEAN Architect) ซึ่งสามารถประกอบวิชาชีพสถาปนิกในประเทศสมาชิกอาเซียนได้ โดยไม่ต้องผ่านขั้นตอนการตรวจสอบคุณสมบัติพื้นฐาน แต่ยังคงต้องดำเนินการขั้นตอนการเข้าเมืองอย่างถูกต้องตามข้อกำหนดของประเทศนั้นๆ และเป็นไปตามข้อตกลงยอมรับร่วมกันคุณสมบัตินักวิชาชีพ หรือ MRA (ASEAN Mutual Recognition Arrangement)” ซึ่งเป็นคุณสมบัติขั้นต้นของแรงงานฝีมือในสาขาต่างๆ ที่ประเทศสมาชิกอาเซียนยอมรับร่วมกัน

1.2 การเปิดเสรีการค้าบริการวิชาชีพภายใต้ความตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียน (AFAS: ASEAN Framework Agreement on Services) โดยมีผลต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานภายในอาเซียนใน 2 ประเด็น คือ การค้าบริการ โดยอนุญัตินักลงทุนอาเซียนถือหุ้นในธุรกิจบริการด้านวิชาชีพ ได้อย่างน้อยร้อยละ 70 ในปี พ.ศ. 2558 โดยประเภทบริการที่มีผลต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานภายในอาเซียน ได้แก่ การเปิดเสรีบริการวิชาชีพ (เช่น สถาปนิก วิศวกร นักกฎหมายและนักบัญชี) ซึ่งอยู่ภายใต้ประเภทบริการธุรกิจ และรูปแบบการให้บริการที่มีผลโดยตรงต่อการเคลื่อนย้ายแรงงาน คือ รูปแบบการบริการโดยบุคคลธรรมดา (Presence of Natural Person) ซึ่งเป็นการเข้าไปทำงานประกอบอาชีพในสาขาบริการด้านต่างๆ ในประเทศอาเซียน โดยเป็นไปตาม ข้อตกลงว่าด้วยการเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดาของอาเซียน หรือที่เรียกว่า ASEAN Agreement on the Movement of Natural Persons (MNP) เพื่ออำนวยความสะดวกการเคลื่อนย้ายบุคลากรชั่วคราวที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านการค้าบริการ การค้าสินค้า และการลงทุนระหว่างประเทศสมาชิก ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการค้าบริการภายใต้ AFAS

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจย้ายไปประกอบอาชีพในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกไทย สามารถสรุปแต่ละประเด็นจากแบบสอบถาม ได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายถึงร้อยละ 67 มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 20 - 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และไม่มีบุตรหรือบุคคลที่อยู่ในการดูแล (เช่น บิดามารดา ญาติ บุตรหลาน เป็นต้น)

ข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานวิชาชีพสถาปัตยกรรม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 52.3 หรือ 209 คน มีลักษณะการประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนไทย และส่วนใหญ่มิได้ใบอนุญาตประกอบอาชีพสถาปนิก ในระดับภาคีสถาปนิก คิดเป็นร้อยละ 61.5 หรือจำนวน 246 คน และด้านรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 20,000 – 39,999 บาท จำนวน 208 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 52 ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจฐานเงินเดือนของอาชีพสถาปนิกประจำปี พ.ศ. 2555 (Adecco, 2556)

ด้านประสบการณ์ทำงานในต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์การทำงานในต่างประเทศ จำนวน 359 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.8 โดยกลุ่มที่เคยไปทำงานในประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 58 ของกลุ่มดังกล่าว และประเทศที่เดินทางไปทำงานมากที่สุด คือ ประเทศสิงคโปร์ ลาว เมียนมาร์ และมาเลเซีย ตามลำดับ

2.2 ความคิดเห็นหรือการรับรู้ข้อมูลของสถาปนิกไทยต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผลการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้พื้นฐานทั่วไปและมีความรู้ดีในบางแง่มุมเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมกันถึงร้อยละ 84 หรือจำนวนผู้ตอบ 334 คน

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลประโยชน์เรื่องการเคลื่อนย้ายแรงงานของสถาปนิกไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นดีว่าเป็นการเพิ่มโอกาสในความก้าวหน้าของอาชีพ (จำนวนผู้เลือกตอบ 294 คน) ผลประโยชน์รองลงมา คือ ทำให้สามารถไปทำงานต่างประเทศสะดวกมากขึ้น (จำนวนผู้เลือกตอบ 241 คน) และเสริมสร้างความรู้ ความสามารถในสาขาอาชีพ (จำนวนผู้เลือกตอบ 227 คน) ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบเรื่องการเคลื่อนย้ายแรงงานของสถาปนิกไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า การเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีจะส่งผลให้การแข่งขันในตลาดอาชีพสถาปนิกสูงขึ้น (จำนวนผู้เลือกตอบ 313 คน) รองลงมาได้แก่ ผลกระทบต่อความไม่มั่นคงในสายอาชีพ (จำนวนผู้เลือกตอบ 115 คน) และคุณภาพชีวิตแย่ลง (จำนวนผู้เลือกตอบ 87 คน)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจย้ายไปทำงานในประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจที่จะไม่ย้ายไปทำงานในประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียน จำนวน 213 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 53 เมื่อพิจารณาประเด็นสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจไม่ย้ายไปทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า อันดับที่ 1 คือ คุณสมบัติไม่ตรงตามข้อกำหนดการขอรับใบอนุญาต เช่น การมีประวัติการกระทำผิดอย่างร้ายแรงด้านเทคนิค มาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณ หรือการสำเร็จหลักสูตรสถาปัตยกรรมที่มีระยะเวลาศึกษาน้อยกว่าที่ระบุในข้อตกลงยอมรับร่วมกัน (MRA) ของวิชาชีพสถาปนิกในการเป็นสถาปนิกอาเซียน เป็นต้น รองลงมาคือ ความไม่ถนัดด้านภาษาที่ใช้ในการปฏิบัติงานในต่างประเทศ และการมีภาระการดูแลและอุปถัมภ์ครอบครัว

ในขณะที่มีกลุ่มที่ตัดสินใจย้ายไปทำงาน จำนวน 187 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 47 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด จะเห็นได้กลุ่มแรงงานดังกล่าวเป็นกลุ่มวัยแรงงานที่สำเร็จการศึกษาได้ไม่นานนักหรือมีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 5 ปี ทั้งนี้ส่วนใหญ่ยังไม่มีภาระในการเลี้ยงดูครอบครัวจึงทำให้มีความคล่องตัวในการตัดสินใจที่จะเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาถึงประเทศสมาชิกอาเซียนที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจย้ายไปทำงานมากที่สุดเป็นอันดับ 1 (แบบสอบถามให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ประเทศโดยการเรียงลำดับ) ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ รองลงมา ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย

2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจย้ายไปประกอบอาชีพในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิกไทย ซึ่งมีตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงานไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียน ได้แก่

1. ปัจจัยดึงดูด หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกประเทศในความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีผลให้เกิดความสนใจ และได้รับแรงดึงดูดให้ย้ายไปทำงานในประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียน ประกอบด้วย

1. ระดับรายได้ในประเทศกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียน (Pull Factor1)

2. โอกาสสำหรับความก้าวหน้าในอาชีพ เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การร่วมงานกับผู้มีความสามารถ การยกระดับความรู้ในสายอาชีพ ความมั่นคงในสายอาชีพ (Pull Factor2)

3. นโยบายรัฐของต่างประเทศ เช่น สวัสดิการ การคุ้มครองแรงงานต่างประเทศ นโยบายด้านค่าครองชีพ (Pull Factor3)

4. คุณภาพชีวิตในประเทศกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียน เช่น ระบบสาธารณสุข ปลอดภัย การรักษาพยาบาล การศึกษา ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน (Pull Factor4)

2. ปัจจัยผลักดัน หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ในประเทศตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นสาเหตุกระตุ้นให้เกิดการย้ายไปทำงานในประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียน ประกอบด้วย

1. สถานภาพสมรส บุตร และสมาชิกในครัวเรือนที่เป็นภาระ (Push Factor1)
2. ระดับรายได้ปัจจุบัน (Push Factor2)
3. ภาระหนี้สิน (Push Factor3)
4. ความก้าวหน้าในอาชีพปัจจุบัน (Push Factor3)
5. ระดับความคิดเห็นต่อคุณสมบัติแต่ละข้อภายใต้ MRA (Push Factor4)
6. การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยหลังเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (Push Factor5)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการตัดสินใจย้ายไปประกอบอาชีพในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนของสถาปนิกไทย

ผลการทดสอบสถิติ (การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงานไปยังประเทศในกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียน พบว่า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจย้ายไปทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ได้แก่ ปัจจัยดึงดูดด้านโอกาสสำหรับความก้าวหน้าในอาชีพ (Pullfactor2) และด้านคุณภาพชีวิตในประเทศกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Pullfactor4) โดยมีสมการการถดถอยโลจิสติกส์ ทำนายโอกาสของการตัดสินใจเคลื่อนย้ายแรงงานในประเทศสมาชิกอาเซียน ดังนี้

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
test	-.042	.047	.796	1	.372	.959
Pull Factor1	-.199	.133	2.251	1	.133	.819
Pull Factor2	.336	.189	3.176	1	.075	1.399
Pull Factor3	.155	.137	1.268	1	.260	1.167
Pull Factor4	.272	.143	3.601	1	.058	1.312
Push Factor1	.173	.127	1.847	1	.174	1.188
Push Factor2	.090	.158	.327	1	.568	1.095
Push Factor3	-.077	.092	.699	1	.403	.926
Push Factor4	-.233	.151	2.383	1	.123	.792
Push Factor5	-.106	.206	.263	1	.608	.900
Push Factor6	-.065	.136	.226	1	.635	.937
Constant	-.933	.898	1.080	1	.299	.393

$$Z = 0.336(\text{Pull Factor2}) + 0.242(\text{Pull Factor4})$$

สมการโลจิสติกส์ดังกล่าวมีโอกาสนำมาถูกถึงร้อยละ 56.8 ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดของแต่ละปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยด้านโอกาสสำหรับความก้าวหน้าในอาชีพ มีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลในทางบวกที่ 0.336 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 เมื่อพิจารณาเหตุผลประกอบความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่าหากประเทศสมาชิกอาเซียนมีโอกาสด้านความก้าวหน้าในอาชีพมากก็จะเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจย้ายไปทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งอาจเกิดจากลักษณะของวิชาชีพสถาปัตยกรรมจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้จากกรณีศึกษาที่หลากหลาย ซึ่งในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียนจะมีลักษณะหรือความถนัดไม่เหมือนกัน

ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในประเทศกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียน มีความสัมพันธ์หรืออิทธิพลในทางบวกที่ 0.272 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากประเทศสมาชิกอาเซียนมีคุณภาพชีวิตที่ดีจะทำให้เพิ่มโอกาสการตัดสินใจไปทำงานในประเทศดังกล่าวตามไปด้วย จากข้อมูลการจัดอันดับของ World Economic Forum (WEF) ปี 2013 – 2014 พบว่า คุณภาพชีวิตของประเทศสมาชิกอาเซียนมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก และประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีอันดับของด้านคุณภาพชีวิตสูงสุด คือ ประเทศสิงคโปร์ รองลงมาได้แก่ ประเทศบรูไน มาเลเซีย และไทย ตามลำดับ โดยประเทศเหล่านี้ถือเป็นประเทศที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งถือเป็นปัจจัยดึงดูดให้เกิดการตัดสินใจย้ายไปทำงานในประเทศกลุ่มดังกล่าวได้

5. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

- ควรสร้างความรู้ความเข้าใจเชิงรายละเอียดเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพตามข้อตกลงยอมรับร่วมกันด้านคุณสมบัติในสาขาวิชาชีพหลัก (Mutual Recognition Arrangements: MRAs)
- ควรดำเนินการเพื่อเจรจาข้อตกลงในการเปิดเสรีด้านการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพที่เท่าเทียมกันในประเทศสมาชิกอาเซียนมากขึ้น เนื่องจากผลจากการศึกษาในส่วนของเพื่อศึกษามาตรการ เงื่อนไขในการเปิดการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า การขึ้นทะเบียนเป็นสถาปนิกอาเซียนนั้น ต้องมีคุณสมบัติตามข้อตกลงยอมรับร่วมกันด้านคุณสมบัติในสาขาวิชาชีพหลัก (Mutual Recognition Arrangements: MRAs) และจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมาย/มาตรการของแต่ละประเทศที่จะเข้าไปทำงาน ซึ่งพบว่าแต่ละประเทศยังมีกฎ ระเบียบ และระดับการเปิดเสรีสำหรับแรงงานวิชาชีพจากต่างประเทศที่แตกต่างกันทำให้ยังคงมีความยุ่งยากในการเดินทางไปทำงานในประเทศดังกล่าวตามวัตถุประสงค์ของการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายแรงงาน
- การพัฒนาทักษะด้านความสามารถทางภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศสมาชิกอาเซียนของสถาปนิกไทย

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

- การศึกษาวิจัยความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการด้านธุรกิจออกแบบ เนื่องจากนอกจากการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีนั้น นอกจากจะมีผลกระทบโดยตรงแก่สถาปนิกไทยแล้ว ยังอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- การนำข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องเข้ามาใช้ในการทดสอบทางสถิติร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุ เนื่องจาก งานวิจัยฉบับนี้ได้กำหนดตัวแปรอิสระซึ่ง

รวบรวมจากผลการตอบแบบสอบถาม หรือ เป็นข้อมูลในลักษณะ Cross Section ดังนั้น เพื่อให้ผลของการวิจัยมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น จึงควรนำข้อมูลทุกข้อมูมิในลักษณะ Time Series เข้ามาวิเคราะห์เพิ่มเติม

6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2556

7. บรรณานุกรม

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554. “ธุรกิจบริการวิชาชีพวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม BUSINESS

SERVICES ENGINEERING & ARCHITECTURE” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2556 จาก <http://www.dtn.go.th>

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554. “ร่างคำแปลอย่างไม่เป็นทางการ ข้อตกลงยอมรับร่วมของอาเซียนด้านบริการสถาปัตยกรรม” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2556 จาก <http://www.dtn.go.th>

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555. AFTA (ASEAN Free Trade Area) & AEC (ASEAN Economic Community) จากเขตการค้าเสรีอาเซียนสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. กรุงเทพมหานคร: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.

กองความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ. 2556. “สถิติการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศรายเดือนสะสมปี 2556 (มกราคม – ตุลาคม)” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2556 จาก http://www.boi.go.th/upload/content/SUMFDI13OCT_42297.pdf

กาญจนา พูลแก้ว. 2556. “พิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) กับการค้าบริการ” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 24 ตุลาคม 2556 จาก <http://www.labour.go.th/th/index.php/component/attachments/download/5300>

ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์. 2540. ผลกระทบของข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนต่อชาวไทย: การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐศาสตร์จุลภาค. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไทรวิทย์ นพรัตน์. 2542. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานไทยไปได้หวัน ต้นทุนและผลตอบแทนของแรงงาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชนพลกัญ ชามะรัตน์. 2551. “ทักษะของแรงงานรุ่นใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อการย้ายถิ่นไปทำงานในต่างประเทศ กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น.” วิทยานิพนธ์ สาขาสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นิกร ภูมิแสนโคตร. 2546. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะไปทำงานในต่างประเทศของแรงงานไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดมหาสารคาม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 6. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พงษ์พิชัย รัชดานุวัฒน์. 2554. แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมข้าวไทย เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยใช้เทคนิคเดลฟาย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พัชรวาลย์ วงศ์บุญสิน. 2550. “สถานการณ์ตลาดแรงงานในอาเซียน” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 24 ตุลาคม 2556 จาก <http://www.thaiworld.org>
- พัชรวาลย์ วงศ์บุญสิน. 2552. “บริบทแวดล้อมและนัยต่ออาเซียน: รูปแบบการยอมรับมาตรฐานความสามารถในการประกอบอาชีพ” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม 2556 จาก www.europa.eu.int/comm/internal_market/en/qualifications/02-393.htm
- เริงกา อยู่เกรียงไกร. 2546. ผลกระทบจากการรวมกลุ่มเขตการค้าเสรีระหว่างสหภาพยุโรปกับกลุ่มตลาดร่วมอเมริกาใต้ตอนล่างต่อปริมาณการส่งออกสินค้าของไทยไปตลาดสหภาพยุโรป. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรัณย์ รัชย์เฝ้า. 2552. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของประเทศไทย จากการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สภาสถาปนิก. 2546. “ข้อบังคับสภาสถาปนิก ว่าด้วยการออกใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมระดับภาคีสถาปนิก ระดับสามัญสถาปนิก และระดับวุฒิสถาปนิก สาขาสถาปัตยกรรมผังเมือง สาขามีสถาปัตยกรรม และสาขาสถาปัตยกรรมภายในและมัณฑนศิลป์ พ.ศ. 2546” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2556 จาก <http://www.act.or.th>
- สภาสถาปนิก. 2548. “ข้อบังคับสภาสถาปนิก ว่าด้วยการออกใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมที่เป็นนิติบุคคล พ.ศ. 2548” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2556 จาก <http://www.act.or.th>
- สภาสถาปนิก. 2551. ระเบียบคณะกรรมการสภาสถาปนิก ฉบับที่ 5/2551 ว่าด้วยวิธีการออกใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมที่เป็นนิติบุคคล พ.ศ. 2551. กรุงเทพมหานคร.
- สภาสถาปนิก. 2556. “ประกาศสภาสถาปนิก เรื่อง การขึ้นทะเบียนเป็นสถาปนิกอาเซียน พ.ศ. 2556” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2556 จาก <http://www.act.or.th>
- สันติ คิดอ่าน. 2551. “การตัดสินใจไปทำงานในต่างประเทศของแรงงานไทย ศึกษาเฉพาะกรณี จังหวัดเชียงราย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- สำนักงานบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศ กรมการจัดหางาน. 2555. จำนวนคนหางานที่ได้รับอนุญาตให้เดินทางไปทำงานต่างประเทศ (จำแนกตามประเภทการเดินทาง) ยอดสรุปประจำเดือน มกราคม – พฤศจิกายน 2555, กรุงเทพมหานคร: กรมการจัดหางาน.
- สำนักงานวิเทศสัมพันธ์. 2555. “ข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติวิชาชีพของอาเซียน สาขาวิชาชีพวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม.” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2556 จาก http://eservices.dpt.go.th/eservice_6/subsites/center/foreign/KM/Agreement%20A0.pdf

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2553. รายงานการศึกษาขั้นสุดท้าย บทวิเคราะห์ผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย (High Impact Sectors). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สำนักอาเซียน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555. AFTA (ASEAN Free Area) & AEC (ASEAN Economic Community) จากเขตการค้าเสรีอาเซียนสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, กรุงเทพมหานคร: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.
- ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. 2555. วิศวกร - สถาปนิก” ปรับสู้ สู่อาเซียน วงการมั่นใจแข่งขันได้. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.
- อภิญา เลื่อนฉวี, 2555. “เคลื่อนย้ายแรงงานเสรีในอาเซียน: ผลกระทบอย่างไรต่อไทย.” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 24 ธันวาคม 2555 จาก <http://www.thaiworld.org>
- อมรรณ ชัยโชคสมพร. 2545. “การวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การย้ายถิ่นไปทำงานต่างประเทศของแรงงานจังหวัดสุพรรณบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรรณ สีลาวณิช. 2554. “ความพร้อมของนักศึกษาณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์กับการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมอาเซียน.” สารนิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Adecco Group Thailand. 2013. **Thailand Salary Guide 2014.**
- World Economic Forum. **The Global Competitiveness Report 2013 – 2014** . Switzerland by SRO-Kundig.

**การประเมินความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อนโยบาย SMART THAILAND
เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนารองรับการเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)**

**THE EVALUATION OF SMART THAILAND POLICY TO SUPPORT
THE ASEAN ECONOMIC COMMUNITY (AEC)**

ขวัญ เพชรสว่าง
อาจารย์สาขาภาควิชาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
E-mail : ajarn.kwan@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อนโยบาย SMART THAILAND และเสนอแนะแนวทางการกำหนดนโยบายการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยใช้วิธีการประเมินความคิดเห็นและความคาดหวังของประชาชนโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างแบบโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และการทดสอบทางสถิติ F-test และ T-test

ผลการประเมินความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อนโยบาย SMART THAILAND ตามแบบจำลอง CIPP (Context, Input, Process, Product) พบว่า โดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.91) รวมทั้ง มีความคาดหวังในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.86) โดยคะแนนประเมินความพึงพอใจและความคาดหวังของประเด็น ด้านผลผลิต (Product) มีคะแนนสูงสุด ได้แก่ 2.94 และ 3.89 ตามลำดับ โดยมีช่องว่าง (Gap) ระหว่างความพึงพอใจและความคาดหวัง เท่ากับ 0.95 หรือคิดเป็นร้อยละ 32.2 และผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND กับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์และด้านพฤติกรรม พบว่า ปัจจัยอาชีพและปัจจัยระดับการศึกษา (เฉพาะด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านกระบวนการ (Process)) มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($\alpha = 0.05$)

การเสนอแนะแนวทางการกำหนดนโยบายการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่า แนวนโยบายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและจำเป็นต้องการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยมากที่สุด 3 ลำดับแรกนั้นสอดคล้องกับนโยบาย SMART THAILAND และแผนแม่บท ICT ของอาเซียน 2015 ได้แก่ 1) การปรับเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ : เตรียมความพร้อมด้านสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมแก่การทำธุรกิจเพื่อจะดึงดูดการค้า การลงทุน และการสร้างธุรกิจใหม่ในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 2) การสร้างพลังและการมีส่วนร่วมของประชาชน : ปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านการเข้าถึง

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และ 3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน : เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อสนับสนุนการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่างๆ ให้ครอบคลุม

คำสำคัญ : รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์, นโยบาย Smart Thailand

ABSTRACT

This study aimed to 1) Assess the expectations of people towards SMART THAILAND policy and 2) Suggest guidelines for e-government policy development to support the ASEAN Economic Community (AEC). The data for the study were collected using questionnaires. Four hundred people were randomly chosen for the sample study by probability sampling. The data was analyzed statistically using F-test (ANOVA) and T-test.

The analysis of the results of the expectations of people towards SMART THAILAND policy according to CIPP model (Context, Input, Process, Product) showed that overall the respondents were satisfied with a moderate score of 2.91, while the expectations scored higher at were 3.86. The respondents were most satisfied and predicted in product aspect by a score of 2.94 for satisfaction and a score of 3.89 for expectation. The difference between the satisfaction and the expectation is a score of 0.95 (32.2%). Moreover, the analysis of the differences of opinion on SMART THAILAND policy concerning the demographic and behavioral aspects demonstrated that career and education factors affected the attitude on SMART THAILAND policy (only the Input and Process aspect) with a confidence level 95% ($\alpha = 0.05$).

The guidelines for e-government policy development to support entering the ASEAN Economic Community (AEC) showed the top three were vitally important needs in order to enter the AEC. This was consistent with the direction and policies of the development of information technology and communications. The first was economic adjustment which includes preparing the environment to suit the business in order to attract trade, and investment and business creation in the field of Information and Communications Technology. The second was the empowerment and participation of residents by improving the quality of life of people through fairly accessing Information and Communications Technology. The third was the development of infrastructure which is to support Information and Communications Technology services for whole country.

KEYWORDS : E-Government, SMART THAILAND

1. บทนำ

ปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Technology Information and Communication: ICT) เข้ามามีบทบาทในแทบทุกระบวนการการทำงาน ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจต่างๆ และอำนวยความสะดวกให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทันสมัย ทันเวลา รวมถึง ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศที่รวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และ

วัฒนธรรมของทุกประเทศ และเมื่อประชาชนมีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากทุกมุมโลกอย่างเท่าเทียม และเป็นไปอย่างรวดเร็วสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จึงเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้ประชาชนรับรู้และเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบายการบริหารและตรวจสอบการทำงานของภาครัฐมากขึ้น ดังนั้นรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government) จึงเป็นแนวคิดสำคัญสำหรับภาครัฐของประเทศต่างๆทั่วโลก ซึ่งรัฐบาลของทุกประเทศมีหน้าที่กำกับดูแลนโยบายบริหารประเทศและให้บริการประชาชนซึ่งจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างครบถ้วนโดยใช้ประโยชน์จากเครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง สร้างการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนในการร่วมวางแผนนโยบายการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งคำว่า “รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government)” นั้น หมายถึง การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการและระบบการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐให้มีประสิทธิภาพโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2556) สำหรับประเทศไทยนั้น ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐอย่างต่อเนื่องซึ่งเริ่มจากการจัดทำข้อตกลง E-ASEAN หรือ “อาเซียนอิเล็กทรอนิกส์” ในปี พ.ศ.2542 ซึ่งเป็นความร่วมมือในระดับนานาชาติให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยให้ประเทศสมาชิกพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านสารสนเทศ ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การเปิดเสรีด้านการค้า การบริการ และการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับด้านอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด ส่งเสริมให้เกิดสังคมอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง และการสร้างรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์โดยเน้นการให้บริการประชาชนโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้สมาชิกในภูมิภาคอาเซียนมีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในตลาดโลก (เอกลักษณ์ อยู่เจริญ, 2549) ซึ่งจากข้อตกลงดังกล่าวจึงเป็นผลให้คณะรัฐมนตรีมีมติที่ประชุม เมื่อวันที่ 3 และ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2543 ให้กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม จัดทำแผนระดับชาติเกี่ยวกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารซึ่งดำเนินการใน 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง E-Government และ E-Service โดยมีการจัดทำแผนแม่บท/แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องเพื่อกำหนดเป้าหมายการพัฒนาและผลักดันให้เกิดรูปธรรมอย่างแท้จริง อาทิ แผนกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย ระยะ พ.ศ.2554 - 2563 แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2545 - 2549) ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2552 - 2556) และอยู่ระหว่างการจัดทำฉบับที่ 3 (พ.ศ.2557 - 2561) รวมทั้ง แผนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเฉพาะด้านต่างๆ เป็นต้น และในปัจจุบันนโยบายสำคัญที่ประเทศไทยใช้ในการขับเคลื่อนรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ คือ “แผนดำเนินงานเพื่อผลักดันโครงการ SMART THAILAND” ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 ของรัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ภายใต้การวางแผนทางและกำกับนโยบายจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (นายอนุทิน ชาญวีรกูล) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรุดแบบด์แห่งชาติและกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยหรือ ICT 2020 (พ.ศ.2554 - 2563) (มนู อรรถดิษฐ์, 2554)

จากเป้าหมายสำคัญข้อหนึ่งในการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย คือ ส่งเสริมให้ประชาชนได้รับบริการจากภาครัฐที่มีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้ง การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่างๆ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาความ

คิดเห็นและความคาดหวังของภาคประชาชนต่อนโยบายการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่ผ่านมาของประเทศไทยตามเป้าหมายสำคัญข้างต้น ซึ่งจะทำการประเมินผลนโยบาย SMART THAILAND ผ่านการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น รวมถึง การนำเสนอแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของประชาชนเมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อการประเมินความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อนโยบาย SMART THAILAND
- 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการกำหนดนโยบายการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

3. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบริการสาธารณะ (การณชัย คล้ายคลึง, 2550)

ความหมายของคำว่า “บริการสาธารณะ” จะต้องพิจารณาจากองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

- 1) บริการสาธารณะ เป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจการ หรือความควบคุมของฝ่ายปกครอง ลักษณะที่สำคัญที่สุดของบริการสาธารณะ คือต้องเป็นกิจการที่รัฐจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน ซึ่งก็คือเป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจการของรัฐ
- 2) บริการสาธารณะ จะต้องมิวัตถุประสงค์ เพื่อสาธารณะประโยชน์ โดยความต้องการส่วนรวมของประชาชนอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่อย่างสุขสบายและความต้องการที่จะอยู่อย่างปลอดภัย ดังนั้น บริการสาธารณะที่รัฐจัดทำจึงต้องมีลักษณะที่สนองความต้องการของประชาชนทั้งสองประการดังกล่าว กิจการใดที่รัฐเห็นว่ามีความจำเป็นต่อการอยู่อย่างปลอดภัยหรือการอยู่อย่างสุขสบายของประชาชน รัฐก็จะต้องเข้าไปจัดทำกิจการนั้น

การประเมินผลการดำเนินงานรูปแบบ CIPP MODEL (วีรพงษ์ ไชยหงษ์, 2555)

- การประเมินด้านบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation: C) เป็นการประเมินให้ได้ข้อมูลสำคัญเพื่อช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ ความเป็นไปได้ของโครงการ
- การประเมินปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (Input Evaluation: I) เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ความเหมาะสมและความพอเพียงของทรัพยากรที่จะใช้ในการดำเนินโครงการ
- การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation: P) เป็นการประเมินระหว่างการทำดำเนินงานโครงการ เพื่อหาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการ ที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา แก้ไขปรับปรุง ให้การดำเนินการช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นการตรวจสอบกิจกรรม เวลา ทรัพยากรที่ใช้ในโครงการ ภาวะผู้นำการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการ
- การประเมินผลผลิต (Product Evaluation: P) เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการหรือความต้องการ/เป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นของการอุปโลก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการและการประเมินผล เรื่องผลกระทบและผลลัพธ์ของนโยบาย/ แผนงาน/โครงการโดยใช้ข้อมูลจากการประเมินสภาวะแวดล้อมปัจจัยเบื้องต้นและกระบวนการร่วมด้วย

4. วิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการรวบรวมข้อเท็จจริงต่างๆโดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีเอกสาร งานวิจัย บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อทราบถึง นโยบายและแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย 2) การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานภายใต้ นโยบาย Smart Thailand ในการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย ตามแบบจำลอง CIPP (Context, Input, Process, Product) ในการศึกษาภาพรวมและแยกประเด็นตามแบบจำลองโดยข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากการเก็บแบบสอบถาม 400 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ F-Test และ T-Test ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้บริการ E-Service ภาครัฐ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นและความคาดหวังเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND โดยมี 2 สมมติฐาน ได้แก่ 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND ภาพรวม แต่ละประเด็นแตกต่างกัน หากลักษณะประชากรศาสตร์ (ระดับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ) แตกต่างกัน และ 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND ในภาพรวม แต่ละประเด็น แตกต่างกัน หากประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้บริการ E-Service ภาครัฐ แตกต่างกัน

5. ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 การประเมินความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อนโยบาย SMART THAILAND

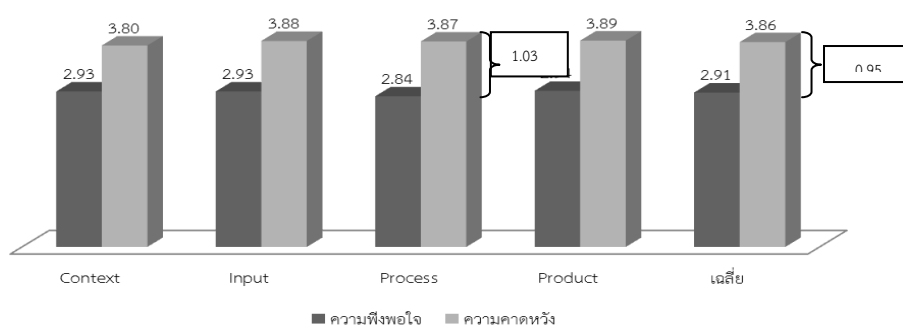
จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่ามีสัดส่วนของเพศหญิงและชายใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็น ร้อยละ 52.8 รองลงมาได้แก่ ช่วง 31 - 40 ปี (ร้อยละ 28.8) และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 60 เมื่อพิจารณาจากระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบอาชีพหลัก ระดับ/ตำแหน่งในสายงาน และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ถึงร้อยละ 33.5 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 25.5) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.3) และทำงานในระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 45 และมีรายได้โดยเฉลี่ย 10,000 – 19,999 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 32.5) ทั้งนี้ ในส่วนของพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สถานที่ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุด ได้แก่ สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา (คิดเป็นร้อยละ 51.6) และเมื่อพิจารณาช่องทางการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงสุด ได้แก่ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟน (Mobile Internet เช่น 3G Edge) (คิดเป็นร้อยละ 35.5) และในส่วนของค่าใช้จ่ายในการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อเดือน (โดยประมาณ) พบว่าส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อเดือน เท่ากับ 400 - 599 บาทต่อเดือน (คิดเป็นร้อยละ 28)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 50 รับรู้/ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND จากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND ในระดับน้อย โดยคิดเป็น ร้อยละ 52.8 และผู้ตอบแบบสอบถามเองหรือคนรู้จักมีประสบการณ์เคยใช้บริการภายใต้โครงการตามนโยบาย SMART THAILAND คิดเป็นร้อยละ 31.5 โดยจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม (รวมทั้งคนรู้จัก) ที่มีประสบการณ์เคยใช้บริการภายใต้โครงการตามนโยบาย SMART THAILAND นั้น พบว่า

บริการที่เลือกตอบมากที่สุด ได้แก่ บริการ Wi-Fi ฟรีในที่สาธารณะ (Free Public WiFi) ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริการด้าน SMART NETWORK รองลงมา ได้แก่ โครงการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์แท็บเล็ตให้แก่โรงเรียน (OTPC) ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริการด้าน SMART PEOPLE และบริการการใช้ประโยชน์จาก SMARTCARD สำหรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริการด้าน SMART GOVERNMENT

ระดับความคิดเห็นและความคาดหวังต่อนโยบาย SMART THAILAND

การสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้การประเมินผลแบบ CIPP MODEL ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นไปใช้ในการประเมินผลแผนงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมุ่งเป้าไปที่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว เมื่อพิจารณาภาพรวมของคะแนนเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง กลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.91) รวมทั้ง มีความคาดหวังในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.86) ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละด้านของการประเมินผลการดำเนินงาน พบว่า มีระดับคะแนนใกล้เคียงกัน โดยคะแนนประเมินความพึงพอใจและความคาดหวังประเด็นด้านผลผลิต มีคะแนนสูงสุด ได้แก่ 2.94 และ 3.89 ตามลำดับ ซึ่งอาจสืบเนื่องจากประเด็นดังกล่าว เป็นการสะท้อนถึงผลการดำเนินโครงการและผลประโยชน์ที่ประชาชนได้รับอย่างเป็นรูปธรรม โดยผลการวิเคราะห์ ด้านผลผลิต ซึ่งแสดงถึงการเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการหรือความต้องการ/ เป้าหมายที่กำหนดไว้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในประเด็นสูงสุด ได้แก่ ผลการดำเนินโครงการเป็นที่น่าพอใจและมีผลประโยชน์แก่ประชาชน และช่วยลดเวลาของประชาชนในการทำธุรกรรมกับภาครัฐ ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบริการสาธารณะ ซึ่งพบว่ามีความสอดคล้องคือ มีการจัดทำบริการสาธารณะเพื่อประชาชนทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน รวมทั้ง สามารถส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการรัฐได้อย่างรวดเร็วและประหยัด



ผลการประเมินภาพรวมความคาดหวังและความพึงพอใจ

ด้านบริบท (Context) ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเด็นย่อย ได้แก่ วัตถุประสงค์โครงการ ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายโครงการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (คะแนน 2.93) ในขณะที่มีความคาดหวังในระดับมาก (คะแนน 3.80) โดยความพึงพอใจมีคะแนนต่ำกว่าความคาดหวัง เท่ากับ 0.87 หรือคิดเป็นร้อยละ 29

ด้านปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (Input) ประกอบด้วย ความเหมาะสมของงบประมาณ ความรู้ความสามารถด้าน ICT ของบุคลากรภาครัฐ อุปกรณ์ระบบ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการโครงการ และคุณสมบัติของผู้บริหาร/ผู้กำหนดนโยบาย โดยผลคะแนนการประเมิน โดยเฉลี่ย พบว่า มีความพึงพอใจในระดับ

ปานกลาง (คะแนน 2.93) และคะแนนความคาดหวังในระดับมาก (คะแนน 3.88) ซึ่งมีช่องว่างค่าความพึงพอใจต่ำกว่าค่าความคาดหวังร้อยละ 32.5

ด้านกระบวนการ (Process) ประกอบด้วย การสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์นโยบาย การสร้างการมีส่วนร่วม ขั้นตอนการเข้าใช้บริการ และการกำหนดแผนงานโครงการ ผลการประเมินโดยเฉลี่ยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (คะแนน 2.84) และมีความคาดหวังในระดับมาก (คะแนน 3.87) โดยมีช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจ เท่ากับ 1.03 หรือแสดงถึงความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังคิดเป็นร้อยละ 36.4

ด้านผลผลิต (Product) ประกอบด้วย ช่วยให้เข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้สะดวก ผลการดำเนินโครงการเป็นที่น่าสนใจและมีผลประโยชน์แก่ประชาชน ช่วยเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชน ช่วยลดเวลาของประชาชนในการทำธุรกรรมกับภาครัฐ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ช่วยสร้างความเท่าเทียมกันสังคม และช่วยสร้างความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลการประเมินคะแนนความพึงพอใจและความคาดหวังสำหรับประเด็นนี้มีคะแนนความพึงพอใจและความคาดหวังสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นด้านบริบท ด้านปัจจัยเบื้องต้น และด้านกระบวนการ โดยมีคะแนนความพึงพอใจในระดับปานกลาง (คะแนน 2.94) และคะแนนความคาดหวังในระดับมาก (คะแนน 3.89) โดยมีช่องว่าง (Gap) ระหว่างความพึงพอใจและความคาดหวัง เท่ากับ 0.95 หรือคิดเป็นร้อยละ 32.2

ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND กับปัจจัยประชากรศาสตร์และพฤติกรรม

เป็นการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ประเภท ได้แก่ ตัวแปรตาม ซึ่งในที่นี้คือ ความคาดหวังเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND โดยจำแนกความคิดเห็นเป็นความคาดหวังในภาพรวมและจำแนกตามปัจจัยแบบจำลอง CIPP และตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้บริการ e-Service ภาครัฐ ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของความคาดหวังเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND กับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์และด้านพฤติกรรม พบว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($\alpha = 0.05$) สามารถแบ่งผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

- ความคาดหวังเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันสำหรับตัวแปรต้น ได้แก่ ระดับอายุ ระดับการศึกษา (เฉพาะภาพรวม ด้านบริบท และผลผลิต) และประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้บริการ e-Service ภาครัฐ
- ความคาดหวังเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันสำหรับตัวแปรต้น ได้แก่ ระดับการศึกษา (เฉพาะด้านปัจจัยนำเข้าและด้านกระบวนการ) และอาชีพ

ตอนที่ 2 การเสนอแนะแนวทางการกำหนดนโยบายการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ผลความคิดเห็นต่อแนวนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่า แนวนโยบายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและจำเป็นต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยมากที่สุด 3 ลำดับแรก มีความสอดคล้องกับ

นโยบาย SMART THAILAND และแผนยุทธศาสตร์ด้านไอซีทีของอาเซียน (ASEAN ICT Master Plan 2015) ได้แก่

1. การปรับเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ : เตรียมความพร้อมด้านสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมแก่การทำธุรกิจเพื่อจะดึงดูดการค้า การลงทุน และการสร้างธุรกิจใหม่ในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมีผู้เลือกตอบให้เป็นอันดับ 1 ถึงร้อยละ 39 หรือจำนวน 183 คน ซึ่งแนวทางสำคัญในการดำเนินการภายใต้แนวทางนี้ ได้แก่ พัฒนารอบเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการตรวจข้อบังคับด้านไอซีทีที่โปร่งใสและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยที่ผ่านมาสำหรับประเทศไทย ได้มีการจัดเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ สำหรับการทำให้ รวมทั้ง พัฒนาความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน (Public-Private Partnership, PPP) สำหรับอุตสาหกรรมไอซีที ซึ่งในปี พ.ศ. 2556 ได้มีพระราชบัญญัติการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ อันเป็นกฎหมายร่วมทุนฉบับใหม่ ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เพื่อบอกหมายให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินการในกิจการของรัฐเพื่อจัดทำโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะให้เพียงพอแก่ความต้องการของประชาชน

2. การสร้างพลังและการมีส่วนร่วมของประชาชน : ปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ในราคาที่เหมาะสม ประชาชนสามารถรับภาระค่าใช้จ่ายตามความสามารถ โดยมีผู้เลือกตอบให้เป็นอันดับ 1 ถึงร้อยละ 22 หรือจำนวน 103 คน ซึ่งนโยบาย SMART THAILAND ได้ดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุนแนวนโยบายข้อนี้ คือ โครงการบริการ Wi-Fi ฟรี ในที่สาธารณะ (Free Public WiFi) และศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน โดยที่ผ่านมานโยบายของประเทศไทยได้กำหนดเป้าหมายและยุทธศาสตร์ในกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ระยะ พ.ศ. 2554 - 2563 ของประเทศไทยที่เกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพชีวิต ในยุทธศาสตร์ข้อ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ICT ให้มีความทันสมัย มีการกระจายอย่างทั่วถึงและมีความปลอดภัย รวมทั้ง แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ฉบับที่ 2) ของประเทศไทย พ.ศ. 2551 - 2556 ในยุทธศาสตร์ 3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ได้แก่ บริหารจัดการและขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมทั่วถึง สนับสนุนการเข้าถึง ICT เพื่อการศึกษา สุขภาพและความปลอดภัยของประชาชน สร้างความมั่นคงและความปลอดภัยของโครงข่าย ICT)

3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน : เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่างๆ ให้ครอบคลุม โดยมีผู้เลือกตอบให้เป็นอันดับ 1 ถึงร้อยละ 14 หรือจำนวน 66 คน โดยที่ผ่านมาได้มีการวางโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายภาครัฐให้มีความครอบคลุมทั่วถึง เพื่อให้บริการแก่ประชาชนในทุกพื้นที่อย่างเท่าเทียม ได้แก่ บริการเครือข่ายสื่อสารข้อมูลเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐ (Government Information Network: GIN) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเป็นรูปธรรมอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ทันสมัยและโปร่งใสแก่ประชาชน และภาครัฐกิจ ให้เข้าถึงสารสนเทศ และการบริการภาครัฐอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน รวมทั้ง อยู่ระหว่างการจัดให้มีช่องทางบริการบรอดแบนด์ร่วมกันในอาเซียน (ASEAN Broadband Corridor)

6. สรุปและข้อเสนอแนะ

การสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย/ยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่มากกว่า ร้อยละ 50 มีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย SMART THAILAND ใน

ระดับน้อย ซึ่งอาจส่งผลต่อการตอบสนองต่อนโยบายหรือโครงการที่ดำเนินการ โดยการมีส่วนร่วมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชน (e-Participation) ถือได้ว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญในการสร้างความโปร่งใสให้กับภาครัฐ โดยภาครัฐสามารถสร้างการมีส่วนร่วมในแต่ละระดับ ดังนี้ 1) E-Information เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) โดยรัฐบาลสามารถให้ข้อมูลแก่ภาคประชาชนและภาคธุรกิจ โดยผ่านทางเว็บไซต์ของภาครัฐ 2) E-Consultation เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างรัฐบาลและประชาชน โดยการดึงภาคประชาชนและภาคธุรกิจเข้ามาให้ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ซึ่งรัฐบาลจะต้องรับทราบข้อเสนอแนะจากประชาชนและตอบสนองต่อประชาชน 3) E-Decision making เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างรัฐบาลและประชาชน ซึ่งเป็นการดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดนโยบายร่วมกัน ซึ่งภาครัฐจะต้องแจ้งผลจากการตัดสินใจบนพื้นฐานของกระบวนการการให้คำปรึกษา

การทบทวนผลการดำเนินโครงการที่ผ่านมา เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความคุ้มค่า และปัญหาของโครงการที่ผ่านมา ซึ่งผลการศึกษาพบว่า แต่ละโครงการมีระดับความสำเร็จของแต่ละโครงการแตกต่างกัน และบางโครงการมีปัญหาที่จำเป็นต้องได้รับการทบทวนอย่างเร่งด่วนหรือปรับเปลี่ยนทิศทางการดำเนินโครงการ เช่น โครงการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์แท็บเล็ตให้แก่โรงเรียน (OTPC) ซึ่งมีปัญหาทั้งระดับงบประมาณที่ต้องใช้มูลค่างบประมาณค่อนข้างมาก ครูผู้สอนขาดความรู้ในการใช้ Tablet เพื่อการจัดการเรียนการสอน การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในโรงเรียนขนาดใหญ่มีความยุ่งยากและต้องใช้งบประมาณมาก และปัญหาการยืนยันสิทธิการใช้อุปกรณ์ภายใต้โครงการของนักเรียน

การบูรณาการระบบและบริการของภาครัฐในการให้บริการประชาชน โดยที่ผ่านมา พบว่า บางโครงการภายใต้นโยบาย SMART THAILAND ยังดำเนินการได้เพียงบางส่วนจึงมีผลต่อปริมาณการเข้าใช้บริการของประชาชน เช่น การใช้ประโยชน์จาก Smartcard สำหรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ซึ่งให้บริการได้เพียงบางธุรกรรมหรือบางหน่วยงานเท่านั้น ดังนั้น จึงควรมีการบูรณาการระบบและบริการเพื่อให้เป็นในลักษณะการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ โดยงานที่ให้บริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องมารวมให้บริการอยู่ในสถานที่เดียวกัน

7. รายการอ้างอิง

การุณย์ คล้ายคลึง. 2550. ปัญหาการทับซ้อนของอำนาจหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะในเขตองค์การบริหาร

ส่วนตำบลสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ (รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง)), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มนู อรดิศลเชษฐ์. 2554. “แผนแม่บทไอซีทีของอาเซียน2015”. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2556, จาก

<http://www.ddn.ac.th/web/aseanictmasterplan2015.pdf>

วีรพงษ์ ไชยหงษ์. 2555. “CIPP Model”. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2556, จาก

<http://www.weerapong.net/articles/650533/igetweb-CIPP%20MODEL.html>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. 2556. รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government). ค้นเมื่อ 30

พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.moph.go.th/opdc/docs/รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์2.doc>

เอกลักษณ์ อยู่เจริญ. 2549. “ยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การเป็นรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์”. วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ไทย ระหว่าง ปี 2548-2554

THE STUDY OF FINANCIAL STABILITY OF THAILAND COMMERCIAL BANK IN THE YEARS 2005 - 2011

นิธาดา มัคคินทร

นักศึกษานิเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Email: tanpreaw@hotmail.com

ผศ.ดร.ณกุล ธรณินิติญาณ

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะบริหารธุรกิจภาควิชาการเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Email: nakhun@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ไทยระหว่างปี 2548-2554 มีวัตถุประสงค์เพื่อจำแนกกลุ่มของธนาคารพาณิชย์ไทยที่มีแนวโน้มผลการดำเนินงานดีและไม่ดี และสร้างแบบจำลองที่ใช้ในการวัดความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ สำหรับใช้เป็นระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System) ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย โดยได้ทำการศึกษากลุ่มธุรกิจธนาคารพาณิชย์ไทยจำนวน 14 ธนาคารตลอดระยะเวลา 5 ปี (2548-2552) จำนวน 70 ตัวอย่าง โดยนำข้อมูลอัตราส่วนทางการเงินของธนาคารพาณิชย์นั้นในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2548-2552 มาสร้างสมการจำแนกประเภทและนำมาพยากรณ์ข้อมูลในช่วงระหว่างปี 2553-2554 เพื่อดูความสามารถในการทำนายความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ไทยของระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System) ที่สร้างขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า การพยากรณ์โดยใช้ข้อมูลทั้งหมด 70 ตัวอย่าง เปอร์เซนต์การจำแนกถูกของกลุ่มที่ใช้สร้างสมการเท่ากับร้อยละ 84.3 และเปอร์เซนต์การจำแนกถูกของกลุ่มทดสอบเท่ากับร้อยละ 81.4 เมื่อนำมาสร้างระบบระบบสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า พบว่าเปอร์เซนต์การจำแนกถูกของกลุ่มที่ใช้สร้างสมการร้อยละ 91.7 และเปอร์เซนต์การจำแนกถูกของกลุ่มทดสอบร้อยละ 87.5 เมื่อพิจารณาการศึกษาในอดีตจะพบว่าการศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกันว่าสามารถใช้การวิเคราะห์ CAMEL เพื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างได้ และการศึกษาครั้งนี้ได้ผลลัพธ์ที่มีความแม่นยำในการพยากรณ์ค่อนข้างสูง

คำหลัก : ความมั่นคงทางการเงิน การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม ธนาคารพาณิชย์ไทย

ABSTRACT

The study of financial stability of Thailand commercial bank in the years 2005-2011 has two objectives. First, discriminant analysis on Thailand commercial banks that have potential to good or bad performance. Second,

set the model for evaluate on Thailand commercial bank's financial stability for early warning system of Thailand commercial bank. This study used 14 Thailand commercial bank for 5 years (2005-2009) that include 70 samples for set the early warning system for 2010 and 2011

The result indicated that the forecast by 70 samples founded the accuracy of discriminant analysis by original equation was 84.3%, and the accuracy of discriminant analysis by cross-validated equation was 81.4%. In the case of analysis on early warning system, the result indicated that the accuracy of discriminant analysis by original equation was 91.7%, and the accuracy of discriminant analysis by cross-validated was 87.5%. When considerate on relate work founded this study harmonize with relate work for used CAMEL analysis that can discriminant the samples. By the way, this study resulted in a relatively high accuracy in forecasting.

KEYWORD : Financial Stability, Discriminant Analysis, Thailand Commercial Bank

บทนำ

สถาบันการเงินมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เชื่อมโยงการออมและการลงทุน ส่งผ่านเงินทุนเข้าออก จากภาคเศรษฐกิจ สำหรับประเทศไทยธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญมาก มีส่วนแบ่งตลาดในการรับฝากเงินและการให้สินเชื่อมากที่สุดเมื่อเทียบกับสถาบันการเงินอื่นทั้งระบบ จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่ามียอดเงินรับฝากในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 69.68 ของยอดเงินฝากรวมในระบบสถาบันการเงิน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 68.54 ในช่วงเดียวกันของปี 2555 และมีเงินให้สินเชื่อช่วงครึ่งปีแรกของปี 2556 ร้อยละ 70.09 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 69.16 ในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2555 ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนว่าธนาคารพาณิชย์เป็นตัวกลางสำคัญที่ส่งผ่านผลกระทบไปยังระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ดีตามการเปิดเสรีทางการค้าและการเงินในปัจจุบัน ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ไทยอาจถูกกระทบหลายด้าน ส่งผลต่อความมั่นใจในสถาบันการเงินทั้งระบบ ดังที่เคยเกิดวิกฤตในตลาดอสังหาริมทรัพย์และตลาดหุ้นในปี 2540 ซึ่งมีผลกระทบต่อสภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุน นำไปสู่การสะสมหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุนในที่สุด

หลังวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2540 ประเทศต่างๆ ทั่วโลกต้องประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจอีกครั้งเมื่อประเทศสหรัฐอเมริกาเกิดปัญหาสินเชื่อคุณภาพต่ำในภาคอสังหาริมทรัพย์ ปัญหาดังกล่าวได้ลุกลามและกลายเป็นวิกฤติการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกา เห็นได้จากการล่มสลายของสถาบันการเงินขนาดใหญ่ สำหรับประเทศไทยแม้ช่วงดังกล่าวสถาบันการเงินจะเกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์และอนุพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อคุณภาพต่ำของประเทศสหรัฐอเมริกาเพียงร้อยละ 0.6 แต่เนื่องจากโครงสร้างระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาการส่งสินค้าออกและการท่องเที่ยวจากต่างประเทศสูงถึงร้อยละ 70 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และพึ่งพาตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกาสูงถึงร้อยละ 12.61 (ศราวุธ ทองอร่าม, ออนไลน์, 2551) ประเทศไทยจึงได้รับผลกระทบโดยตรง วิกฤติการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับความมั่นคงของสถาบันการเงินในประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารพาณิชย์ไทย ซึ่งผลที่เกิดจากความไม่มั่นคงกระทบต่อประเทศเป็นวงกว้างดังที่เกิดขึ้นในปี 2540 จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ไทย ระหว่างปี 2548-2554 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดในประเทศสหรัฐอเมริกา

การศึกษานี้มีขึ้นเพื่อใช้เป็นสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า เพื่อให้สามารถหาแนวทางป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รวมถึงพัฒนาการบริหารและการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในระบบสถาบันการเงินไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์จำแนกประเภท มาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบจำลองวัดความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่มีความมั่นคงทางการเงิน และกลุ่มที่มีความมั่นคงทางการเงินโดยใช้ตัวแปรอัตราส่วนทางการเงินตามกรอบ CAMEL ซึ่งเป็นพิจารณาถึงอัตราส่วนที่มีมุมมองครอบคลุมด้านบริหารการเงิน และการบริหารงานประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความเพียงพอของเงินกองทุน คุณภาพของสินทรัพย์ คุณภาพด้านการบริหารจัดการ ความสามารถในการทำกำไร และสภาพคล่อง (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2548 ก, หน้า 10-12) และเมื่อได้แบบจำลองดังกล่าวแล้วจึงนำไปทดสอบและวิเคราะห์กับธนาคารพาณิชย์ไทยกลุ่มที่ไม่มีความมั่นคงทางการเงิน และกลุ่มที่มีความมั่นคงทางการเงิน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อจำแนกกลุ่มของธนาคารพาณิชย์ไทยที่มีแนวโน้มผลการดำเนินงานดีและไม่ดี
2. เพื่อสร้างแบบจำลองที่ใช้ในการวัดความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ สำหรับใช้เป็นระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System) ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การพัฒนาแบบจำลองวัดความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ไทยได้ใช้แนวคิด ตามวิธีการวิเคราะห์จำแนกประเภท (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และกรรณการ์ สุขเกษม, 2533, หน้า 1-120) ซึ่งเป็นเทคนิคที่นำมาใช้เพื่อจำแนกกลุ่มของประชากรที่ต้องการศึกษา มีลักษณะผสมระหว่างการวิเคราะห์การผันแปร (ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยสร้างสมการการถดถอยไปประมาณหรือทำนายค่าตัวแปรตาม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551, หน้า 70) ซึ่งคล้ายคลึงกับการวิเคราะห์การถดถอยปกติ (Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) แต่ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการวิเคราะห์การถดถอยปกติเป็นตัวแปรเชิงปริมาณขณะที่การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกและการวิเคราะห์จำแนกประเภทตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ ส่วนตัวแปรตามเป็นตัวแปร เชิงกลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554, หน้า 77-78) และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกจะต้องใช้ขนาดตัวอย่าง n มากกว่าการวิเคราะห์การถดถอยแบบปกติ โดยทั่วไป $n \geq 30p$ โดยที่ p เป็นจำนวนตัวแปรอิสระ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554, หน้า 83) นอกจากนี้การวิเคราะห์จำแนกประเภทมีข้อจำกัดที่เข้มงวดและอยู่บนพื้นฐานทางทฤษฎีมากกว่าการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญ (อุไรวรรณ อมรมนิตร, 2546, หน้า 65) สำหรับการจำแนกกลุ่มสถาบันการเงินมีผู้สนใจศึกษาทั้งภายในและภายนอกประเทศเช่น ศึกษาการวัดความมั่นคงทางการเงินของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในประเทศไทย โดยใช้อัตราส่วนทางการเงินของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ของไทยที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 24 บริษัท แบ่งเป็นบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่เปิดดำเนินงาน 8 บริษัท และบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ปิดดำเนินงาน ก่อนวันที่ 15 สิงหาคม 2541 จำนวน 16 บริษัท โดยใช้อัตราส่วนทางการเงินของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เฉลี่ย 5 ปี ระหว่างปี 2535-2539 ผลการศึกษาพบว่า อัตราส่วนที่แบ่งประเภทของบริษัทฯ ที่มีความมั่นคงและไม่มีความมั่นคงได้ คือ อัตราส่วนรายได้ก่อนหักภาษีต่อทุนทำการ

อัตราส่วนสินทรัพย์สภาพคล่องต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนเงินให้กู้ยืมต่อเงินทุนที่จัดหา มา โดยสมการที่ได้มีความถูกต้องในการพยากรณ์ร้อยละ 87.5 (สุภราภรณ์ อภิรักษ์วัฒน์, 2542) การศึกษาวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดสินทรัพย์ที่ใหญ่ที่สุด 5 อันดับแรกในสาขารัฐวิสาหกิจไชปรีสน์เหนือหลังเกิดวิกฤติการณ์ธนาคารในปี 2000-2001 โดยใช้ทฤษฎี CAMEL ในการหาอัตราส่วนทางการเงินจากตัวเลขในงบการเงิน ณ สิ้นปี 2001-2007 ของธนาคารพาณิชย์ทั้ง 5 ธนาคาร ผลการศึกษาพบว่าทั้ง 5 ธนาคารที่ศึกษาคุณภาพของการบริหารจัดการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต่างกับความสามารถในการทำกำไรที่มีความผันผวน

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สถาบันการเงินประเภทธนาคารพาณิชย์ไทยที่อยู่ในการกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ระหว่าง ปี 2548-2554 เนื่องจากเป็นช่วงที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่ดีข้อมูลที่นำมาใช้ควรเป็นข้อมูลที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแล้ว เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความถูกต้องมากที่สุด อย่างน้อยคือในช่วงเวลา 5 ปี (กาญจพงศ์ นิธิประภา และอรรณ วัฒนานุกิจ, 2530, หน้า 29) จำนวน 14 ธนาคาร ได้แก่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารธนาชาด จำกัด (มหาชน) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่มีความมั่นคงทางการเงิน และไม่มีมีความมั่นคงทางการเงินตามกฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยกลุ่มที่มีความมั่นคงทางการเงินต้องเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีอัตราส่วนเงินกองทุนทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์เสี่ยงไม่ต่ำกว่าร้อยละ 8.50 อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 1 ต่อสินทรัพย์เสี่ยงไม่ต่ำกว่าร้อยละ 4.25 และอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อเงินฝากไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 และไม่เกินร้อยละ 100 ซึ่งหากไม่เป็นไปตามกฎเกณฑ์นี้ข้อใดข้อหนึ่งจะถูกจำแนกเป็นกลุ่มที่ไม่มีมีความมั่นคงทางการเงิน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องความมั่นคงทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ไทย ระหว่างปี 2548-2554 คือคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSSfor Windows) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูลจากงบการเงินเฉพาะส่วนของธนาคารพาณิชย์ทั้ง 14 ธนาคาร ระหว่างปี 2548-2554 โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าไอเก้น (Eigenvalue) ค่าความสัมพันธ์ร่วมแคนอนนิคัล (Canonical correlation) และค่าวิลคิสแลมบ์ดา (Wilks' Lambda)

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์จำแนกประเภท เพื่อหาค่าประมาณของฟังก์ชันในการแบ่งกลุ่ม โดยธนาคารในกลุ่มที่ 1 :ไม่มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงินเป็นสมการที่ 1 : $-7.640 + 0.143 X_3 + 0.083 X_9 + 0.129X_{16}$ และค่าประมาณของฟังก์ชันในการแบ่งกลุ่มของธนาคารในกลุ่มที่ 2 :มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงินเป็นสมการที่ 2 : $-14.391 + 0.174 X_3 + 0.130 X_9 + 0.181 X_{16}$ ทั้งสองสมการสามารถนำมาใช้ในการค่า Discriminant Function ได้โดยมีสมการคือ $-4.272 + 0.021 X_3 + 0.031 X_9 + 0.034X_{16}$ ซึ่งเป็นการแสดงค่าสัมประสิทธิ์ในรูปของ Unstandardized ทำให้

ไม่สามารถระบุได้ว่าตัวแปรอิสระใดมีอิทธิพลต่อการแบ่งกลุ่มมากหรือน้อย เนื่องจากมีหน่วยแตกต่างกัน จึงต้องพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบ Standardized ทำให้ไม่มีหน่วย พบว่าตัวแปรอัตราส่วนสินเชื่อดอกเงินฝาก : X_{16} มีอิทธิพลต่อการแบ่งกลุ่มมากที่สุด โดยค่ากลางของแต่ละกลุ่ม สำหรับ Canonical Variable ของกลุ่มที่ 1 : ไม่มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงินคือ -0.610 ส่วนกลุ่มที่ 2 : มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงินคือ 0.915 ซึ่งค่ากลางของ 2 กลุ่มต่างกัน แสดงว่าบริษัทที่อยู่ใน 2 กลุ่มแตกต่างกัน

การพยากรณ์โดยใช้ข้อมูลทั้งหมด 70 ตัวอย่างในการสร้างสมการจำแนกกลุ่ม แบบ Original พบว่ามีจำนวนตัวอย่างกลุ่มที่ 1 : ไม่มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงิน 42 ตัวอย่าง พยากรณ์ถูกต้อง 41 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 97.6 สำหรับกลุ่มที่ 2 : มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงิน 28 ตัวอย่าง พยากรณ์ถูกต้อง 18 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64.3 สำหรับการพยากรณ์โดยใช้ข้อมูล 70 ตัวอย่างในการสร้างสมการจำแนกกลุ่มแบบ Cross-validated เพื่อพยากรณ์ พบว่ากลุ่มที่ 1 : ไม่มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงิน 42 ตัวอย่าง พยากรณ์ถูกต้อง 41 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 97.6 สำหรับกลุ่มที่ 2 : มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงิน 28 ตัวอย่าง พยากรณ์ถูกต้อง 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.1

สำหรับการสร้างระบบสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าจะบอกให้ทราบว่าธนาคารพาณิชย์ใดที่มีผลการดำเนินงานคล้ายกับธนาคารพาณิชย์ที่เคยประสบปัญหาทางการเงินมาแล้วในอดีต โดยได้ทำการสร้างระบบสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าเป็นเวลา 1 ปี ใช้สมการจำแนกในรูปแบบ Unstandardized Discriminant Function และใช้คะแนนการจำแนกกลุ่มเช่นเดียวกับประมาณการข้างต้น ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า

$$\text{Unstandardized Discriminant Function : } Z = -5.248 + 0.086 X_3 - 0.011 X_9 + 0.044 X_{16}$$

$$\text{Standardized Discriminant Function : } Z = 0.238 X_3 - 0.083 X_9 + 0.1014 X_{16}$$

เมื่อพิจารณาค่า Eigenvalue มีค่าเท่ากับ 0.819 ซึ่งแสดงว่าสัดส่วนความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ด้วยสมการจำแนกประเภทนั้นมีค่ามากกว่าความผันแปรที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยสมการจำแนกประเภทอยู่ที่ 0.819 เท่า และจากการค่า Canonical Correlation มีค่าเท่ากับ 0.671 หมายความว่าสามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 67.1 ของความผันแปรทั้งหมดที่เกิดขึ้น ขณะที่ค่า Sig. จากตาราง Wilk's Lamda พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.016 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ อัตราส่วนเงินทุนของเจ้าของต่อสินทรัพย์ (X_3) อัตราส่วนการสร้างกำไรสุทธิ (X_9) และอัตราส่วนสินเชื่อดอกเงินฝาก (X_{16}) สามารถใช้เป็นตัวแปรในการแบ่งกลุ่มและจากค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้ จะนำไปใช้ในการพยากรณ์จำแนกกลุ่มของปี 2553 และ 2554 โดยการคูณสัมประสิทธิ์และนำผลการจำแนกกลุ่มที่ได้มาจัดกลุ่มตามที่กำหนดไว้ ซึ่งพบว่าในปี 2553 พยากรณ์ถูกต้อง 9 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 12 ตัวอย่าง และในปี 2554 พยากรณ์ถูกต้อง 11 ตัวอย่าง โดยพบว่ามีความสามารถในการพยากรณ์ค่อนข้างสูง ทั้งนี้เมื่อรวมผลการพยากรณ์จะพบว่าสามารถพยากรณ์ได้ 22 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 24 ตัวอย่าง เปอร์เซ็นต์การจำแนกถูกของกลุ่มทดสอบเท่ากับร้อยละ 91.7 ซึ่งมีความใกล้เคียงกับระดับสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าที่ดีที่ต้องมีความแม่นยำร้อยละ 90 ขึ้นไป (ณคุณ ธรณินิธิฐาน, 2542)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้ได้นำข้อมูลทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 14 ธนาคาร ระหว่างปี 2548-2554 เนื่องจากในช่วงดังกล่าวประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดในประเทศสหรัฐอเมริกา โดย

ได้ทำการวิเคราะห์ตามกรอบ CAMEL ซึ่งใช้ตัวแปรทั้งหมด 17 ตัวแปร ได้แก่ อัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 1 ต่อสินทรัพย์เสี่ยง อัตราส่วนเงินทุนของเจ้าของต่อสินทรัพย์ อัตราส่วนค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญเสียต่อสินเชื่อรวมอัตราส่วนของสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อสินเชื่อรวมอัตราส่วนของสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ต่อค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญเสียต่อสินเชื่อรวมอัตราส่วนหนี้สูญต่อบัญชีต่อสินเชื่อรวมอัตราส่วนความสามารถชำระค่าใช้จ่ายหนี้สงสัยจะสูญเสียต่อสินเชื่อรวมการสร้างกำไรสุทธิอัตราส่วนการควบคุมค่าใช้จ่ายอัตราส่วนสินเชื่อรวมต่อบุคลากรอัตราส่วนรายได้รวมต่อบุคลากรอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์ทั้งหมดอัตราส่วนสินทรัพย์สภาพคล่องต่อเงินฝากอัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝากอัตราส่วนสินเชื่อต่อสินทรัพย์รวมและอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อเงินฝากจากผลการวิเคราะห์จะพบว่าเมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ และการพิจารณาค่า Sig. ในตาราง Wilk's Lambda ทำให้เหลือเพียง 3 ตัวแปรอิสระที่จะทำการศึกษาได้แก่ ตัวแปรอิสระ X_2 อัตราส่วนเงินทุนของเจ้าของต่อสินทรัพย์ตัวแปรอิสระ X_9 อัตราส่วนการสร้างกำไรสุทธิและตัวแปรอิสระ X_{10} อัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝากและเมื่อดำเนินการวิเคราะห์อีกครั้งพบว่า การพยากรณ์โดยใช้ข้อมูลทั้งหมด 70 ตัวอย่างในการสร้างสมการจำแนกกลุ่ม พบว่ามีจำนวนตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มที่ 1 : ไม่มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงิน 42 ตัวอย่าง พยากรณ์ถูกต้อง 41 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 97.6 สำหรับกลุ่มที่ 2 : มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงิน 28 ตัวอย่าง พยากรณ์ถูกต้อง 18 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 64.3 สำหรับการพยากรณ์โดยใช้ข้อมูล 70 ตัวอย่างในการสร้างสมการจำแนกกลุ่มเพื่อพยากรณ์ Case ที่เหลือ พบว่า ในกลุ่มที่ 1 : ไม่มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงิน 42 ตัวอย่าง พยากรณ์ถูกต้อง 41 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 97.6 สำหรับกลุ่มที่ 2 : มีปัญหาด้านความมั่นคงทางการเงิน 28 ตัวอย่าง พยากรณ์ถูกต้อง 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.1

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาครั้งนี้ได้นำกรอบ CAMEL มาใช้ในการกำหนดตัวแปรของการศึกษาเพื่อที่จะทำการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทยที่มีความมั่นคงทางการเงินสูงและมีความมั่นคงทางการเงินต่ำ โดยได้ค้นพบว่าอัตราส่วนทางการเงินตามกรอบ CAMEL Analysis ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการจำแนกกลุ่มของธนาคารพาณิชย์ไทยที่มีแนวโน้มผลการดำเนินงานดีและไม่ดีได้อย่างมีนัยสำคัญคือ อัตราส่วนเงินทุนของเจ้าของต่อสินทรัพย์ ซึ่งอยู่ในกลุ่มของอัตราส่วนวิเคราะห์ความเพียงพอของเงินกองทุน อัตราส่วนการสร้างกำไรสุทธิ ซึ่งอยู่ในกลุ่มของอัตราส่วนวิเคราะห์คุณภาพด้านการจัดการ และอัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝาก ซึ่งอยู่ในกลุ่มของอัตราส่วนวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ ตามที่ดั่งคำถามการวิจัยไว้ในบทที่ 1 โดยพบว่า การใช้ CAMEL Analysis สามารถใช้วิเคราะห์และจำแนกกลุ่มตัวอย่างได้โดยพบว่าการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ เฮล์ดี เลอิกีโอ และกิลเบิร์ต เจอร์ (Hays, De Lurgio & Gilbert, Jr., 2009) มุสซาฟา (Mustafa, 2009) และ วรศักดิ์ หงส์สุวรรณ (2549) ที่ได้มีการนำตัวแปรมาใช้เหมือนกัน และให้ผลลัพธ์ไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน ทั้งนี้เนื่องจาก CAMEL เป็นวิธีการวิเคราะห์ฐานะและความมั่นคงของธนาคารพาณิชย์ โดยอาศัยทั้งการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งหน่วยงานกำกับดูแลสถาบันการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกาได้นำ CAMEL มาประยุกต์ใช้เป็นและในประเทศไทยก็ได้มีการนำมาใช้เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Ohlson, 1980, pp. 109-131) ดังนั้นสามารถนำ CAMEL มาใช้จำแนกความมั่นคงและไม่มั่นคงทางการเงินได้ เนื่องจากเป็นกรอบการวิเคราะห์ที่ถูกสร้างและกำหนดมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ฐานะและความมั่นคงของธนาคารพาณิชย์สำหรับคำถามการวิจัยข้อที่สองกำหนดว่า แบบจำลองที่ใช้ในการวัดความมั่นคงทางการเงินที่สร้างขึ้นสามารถนำมาใช้ศึกษาและวิเคราะห์ธนาคารพาณิชย์ไทยได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งนี้จากผลการศึกษา

พบว่ามีความแม่นยำอยู่ที่ร้อยละ 84.3 และเมื่อสร้างสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าพบว่ามีความแม่นยำที่สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 91.7 ซึ่งค่อนข้างสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของณณคุณ ธรณินิติญาณ (2542) ศึกษาความมั่นคงของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant Analysis) ในการพยากรณ์บริษัทที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นบริษัทที่ไม่มั่นคงทางการเงิน โดยพบว่าจำแนกถูกร้อยละ 73.33 จากนั้นสร้างสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า โดยการใช้ข้อมูลตัวแปรพยากรณ์ก่อนปีที่จะทำการพยากรณ์หนึ่งปี และทำการทดสอบความแม่นยำในการพยากรณ์ พบว่า พยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 70.83 ทั้งนี้พบว่ามีความแม่นยำในการพยากรณ์ใกล้เคียงกับการศึกษาของสุภราภรณ์ อภิรักษ์วิเศษ (2542) ศึกษาการวัดความมั่นคงทางการเงินของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในประเทศไทยโดยใช้ดัชนีวัดความมั่นคงทางการเงินทำการวัดว่าระดับค่าดัชนีที่เป็นค่าวิกฤติที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทนั้นเป็นบริษัทที่มีความมั่นคงหรือไม่ โดยใช้อัตราส่วนทางการเงินของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ของไทยที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 24 บริษัทโดยสมการที่ได้มีความถูกต้องในการพยากรณ์ภาวะวิกฤติร้อยละ 87.5

ผลการศึกษายังพบว่ากลุ่มที่มีแนวโน้มมีความมั่นคงและไม่มั่นคงทางการเงิน พิจารณาจากอัตราส่วนเงินกองทุนทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์เสี่ยงไม่ต่ำกว่าร้อยละ 8.50 อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 1 ต่อสินทรัพย์เสี่ยงไม่ต่ำกว่าร้อยละ 4.25 และอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อเงินฝากไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 และไม่เกินร้อยละ 100 ซึ่งผลพยากรณ์มีความแม่นยำมากกว่าร้อยละ 80 ดังนั้นหากธนาคารพาณิชย์ต้องการความมั่นคงทางการเงินจะต้องรักษาอัตราส่วนเงินกองทุนทั้งสิ้นต่อสินทรัพย์เสี่ยงอัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 1 ต่อสินทรัพย์เสี่ยงและอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อเงินฝากให้อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด

ข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอัตราส่วนเงินทุนของเจ้าของต่อสินทรัพย์อัตราส่วนการสร้างกำไรสุทธิ อัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อเงินฝาก มีความสามารถในการพยากรณ์จำแนกกลุ่มที่มีความมั่นคงทางการเงินและไม่มีความมั่นคงทางการเงิน ดังนั้นผู้บริหารและหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลควรที่จะต้องเฝ้าสังเกตการณ์ในการวิเคราะห์อัตราส่วนเหล่านี้เพื่อที่จะให้ใจว่าธุรกิจกำหนดแนวโน้มไปในทิศทางใด ซึ่งควรทำอย่างน้อยล่วงหน้าทุกๆ 1 ปี เพื่อที่จะนำข้อมูลมาเตือนภัยล่วงหน้าที่จะทำให้สามารถปรับการดำเนินงานได้ทันต่อเหตุการณ์หรือบรรเทาผลกระทบที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ผู้ลงทุนและผู้ฝากเงินสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการตัดสินใจลงทุนและฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ไทยการศึกษานี้ค้นพบว่า CAMEL Analysis สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์และสร้างสมการจำแนกกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และมีความแม่นยำสำหรับกลุ่มธุรกิจสถาบันการเงิน ดังนั้นควรที่จะต้องมีการพิจารณาและให้ความสนใจตัวแปรทั้งหมดที่เกิดขึ้นและมีการทดลองใช้เพื่อการพยากรณ์ที่แม่นยำในการสร้างสัญญาณเตือนภัยต่อไป

การศึกษารoundต่อไปควรนำสมการที่ได้จากการศึกษานี้ไปทดสอบกับกลุ่มที่มีความใกล้เคียงกับกิจการธนาคารพาณิชย์ไทย เช่น บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทประกันภัย เป็นต้น เพื่อทดสอบตัวแปรที่เหมาะสมและพิจารณาว่าสมการที่ใช้ในการทดสอบครั้งนี้สามารถอธิบายการพยากรณ์จำแนกกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ได้ดีเช่นกันหรือไม่และควรค้นหาข้อมูลทางการเงินที่เกิดขึ้นในช่วงปีที่มีวิกฤตการณ์ทางการเงินแล้วนำมาทดสอบโดยใช้สมการของการศึกษานี้เพื่อพิสูจน์ว่าสมการดังกล่าวสามารถอธิบายการจำแนกพยากรณ์กลุ่มตัวอย่างได้ดีเช่นกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์.2548. คู่มือการประยุกต์ใช้ CAMELS ANALYSIS วิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร.ส่วนวิจัยและพัฒนาสารสนเทศทางการเงินสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกรมตรวจบัญชีสหกรณ์.
- ณกุล ธรณินิติญาณ.2542. “การศึกษาความมั่นคงทางการเงินของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคารบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ภาณุพงศ์ นิธิประภา และอัญญา วัฒนานุกิจ.2530.“พฤติกรรมกรถือสินทรัพย์และความมั่นคงของธนาคารพาณิชย์ไทย.” บทความที่เสนอในการสัมมนาวิชาการ 2530เรื่องความมั่นคงของสถาบันการเงิน. 2530, 3: 282-331.
- วรศักดิ์ หงษ์สุวรรณ. 2549. “การวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธี CAMELS Analysis.”การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศราวุธ ทองอร่าม. 2551. “ผลกระทบของปัญหาซับไพรม์ต่อเศรษฐกิจไทย.”10 ตุลาคม 2553
<http://www.fti.or.th/2008/thai/ftitechnicalsubdetail.aspx?id=22>
- ศุภราภรณ์ อภิรักษ์วิชย์. 2542. “การวัดความมั่นคงทางการเงินของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในประเทศไทย โดยใช้ดัชนีวัดความมั่นคงทางการเงิน.”วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และกรรณการ์ สุขเกษม. 2533. เทคนิคทางสถิติขั้นสูงสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- อุไรวรรณ อมรมนิมิต. 2546. “เทคนิคการวิเคราะห์ความเสี่ยง ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างLogistic Regression Analysis และ Discriminant Analysis.”วารสารวิทยาศาสตร์ประยุกต์ 2, 1:หน้า 60-67.
- Hays, Fred H., De Lurgio, Stephen A., & Gilbert, Jr., Arthur H. 2009. “Efficiency Ratios and Community Bank Performance.”**Journal of Finance and Accountancy**, Aug 2009 (1), 1.
- Mustafa, Atikoğulları. 2009. “An Analysis of the Northern Cyprus Banking Sector in thePost - 2001 Period Through the CAMELS Approach.”**International Research Journal of Finance and Economics**, 2009, 32: 212-229
- Ohlson, James A. 1980. Financial Ratio and The Probabilistic Prediction of Bankruptcy. **Journal of Accounting Research**.18(1), pp. 109-131.

**ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ ด้วยวิธีการจัดซื้อ
ชิ้นส่วนทั่วโลกของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี
THE OPINION TOWARDS IMPLEMENTATION OF GLOBAL SOURCING
PROCEDURE IN PART AND SPARE PART OF AUTOMOTIVE
MANUFACTURING IN CHON BURI PROVINCE**

เกณิกา รัตนสกุล

นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: kenikkha99@hotmail.com

ภูวเดช โหระเรือง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: fmsbvh@src.ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่จัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ด้วยวิธีการจัดซื้อชิ้นส่วนทั่วโลกของผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างคือเจ้าหน้าที่จัดซื้อของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตชลบุรีจำนวน 87 คนวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและ T-test, F-test และการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ เจ้าหน้าที่เป็นเพศหญิง จำนวน 49 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรีอยู่ในกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ อายุงานต่ำกว่า 5 ปี ด้านระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่จัดซื้อต่อการดำเนินงานในภาพรวมและในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อเรียงลำดับได้ดังนี้คือการปฏิบัติงานตามระยะเวลาที่กำหนด ด้านการปฏิบัติงานตรงตามวัตถุประสงค์ของกระบวนการจัดซื้อด้านความสามารถในการลดต้นทุนเท่ากับด้านคุณสมบัติของวัตถุดิบ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าระดับตำแหน่งงานกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนทั้งในภาพรวมและในแต่ละด้านทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05พบว่าวิธีการจัดซื้อแบบ local กับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนทั้งในภาพรวมและในแต่ละด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ การจัดซื้อแบบ Global Sourcingกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนทั้งในภาพรวมและในแต่ละด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการปฏิบัติงานตามระยะเวลาที่กำหนดไม่มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ : การดำเนินงานจัดซื้อ, จัดซื้อทั่วโลก, อะไหล่รถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์, อุตสาหกรรมรถยนต์

ABSTRACT

The objective of this research was to study the opinion towards Implementation of Global Sourcing Procedure in Part and Spare Part of Automotive Manufacturing in Chon buri Province. The sample group consists of 87 Thai people who are in procurement's division. The statistical methods for data analysis are percentage, mean, standard deviation and t-test and F-test and deep interview. The research results reveal that most of the questionnaire respondents are female. Most of them are in the age of 21-30 years. Their educational levels mostly are bachelor's degree. Their position is mostly in the operational level. Most of them have the working experience of less than 5 years. Regarding the opinion of procurement staffs on the overall performance efficiency, When considering each item, it is found that the level of opinion is in the high level in all aspects and the opinion in each aspect can be sorted from high to low which are in the operation within schedule, following the objectives of the procurement process, achievement of cost reduction target and specification of material

According to the hypothesis testing, it reveals that the position and the opinion on the efficiency of the procurement of spare parts and components both in the overall and in each aspect have difference with statistical significance at the level of 0.05. It is found that the local procurement and the opinion on the efficiency of the procurement of spare parts and components both in the overall and in each aspect have difference with statistical significance at the level of 0.05. It is found that methods of procurement have the statistical significance at the level of 0.05. When considering each aspect, it is found that only the operation within the specified period has the difference with statistical significance at the level of 0.05. It is found that the likeliness of people who do not choose the method of Global Sourcing has the higher mean than those who choose the method of Global Sourcing with statistical significance at the level of 0.05.

KEYWORDS: Opinion Implementation, Procurement, Global sourcing, Spare Parts & Parts, Automotive Manufacturing.

บทนำ

อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยถือว่าเป็นกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยและเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีส่วนช่วยพัฒนาทางเทคโนโลยี นวัตกรรม การจ้างงาน ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้ก้าวขึ้นไปสู่ระดับสากล และหากเปรียบเทียบกับประเทศไทยกับกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC Plus ครอบคลุมความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับประเทศคู่เจรจา ซึ่งสาขายานยนต์ ก็เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าและบริการ 11 สาขานำร่องที่ได้รับการส่งเสริมการแบ่งงานกันผลิตสินค้าและบริการภายในอาเซียนด้วยกันโดยจะเน้นใช้วัตถุดิบภายในอาเซียนเป็น จากข้อมูลดังกล่าว น่าจะถือได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้เปรียบทางด้านกลยุทธ์ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์มากที่สุด และได้รับการยกย่องว่าเป็น พื้นที่ที่เหมาะสมที่สุดในการก่อตั้งฐานการผลิตและการจัดจำหน่ายในภูมิภาคหน้าสินค้าไปยังส่วนต่างๆ ของภูมิภาค ได้อย่างคล่องตัว จากข้อมูลสินค้าส่งออกสำคัญ 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2557 (กระทรวงพาณิชย์ : 2557) พบว่า สินค้า

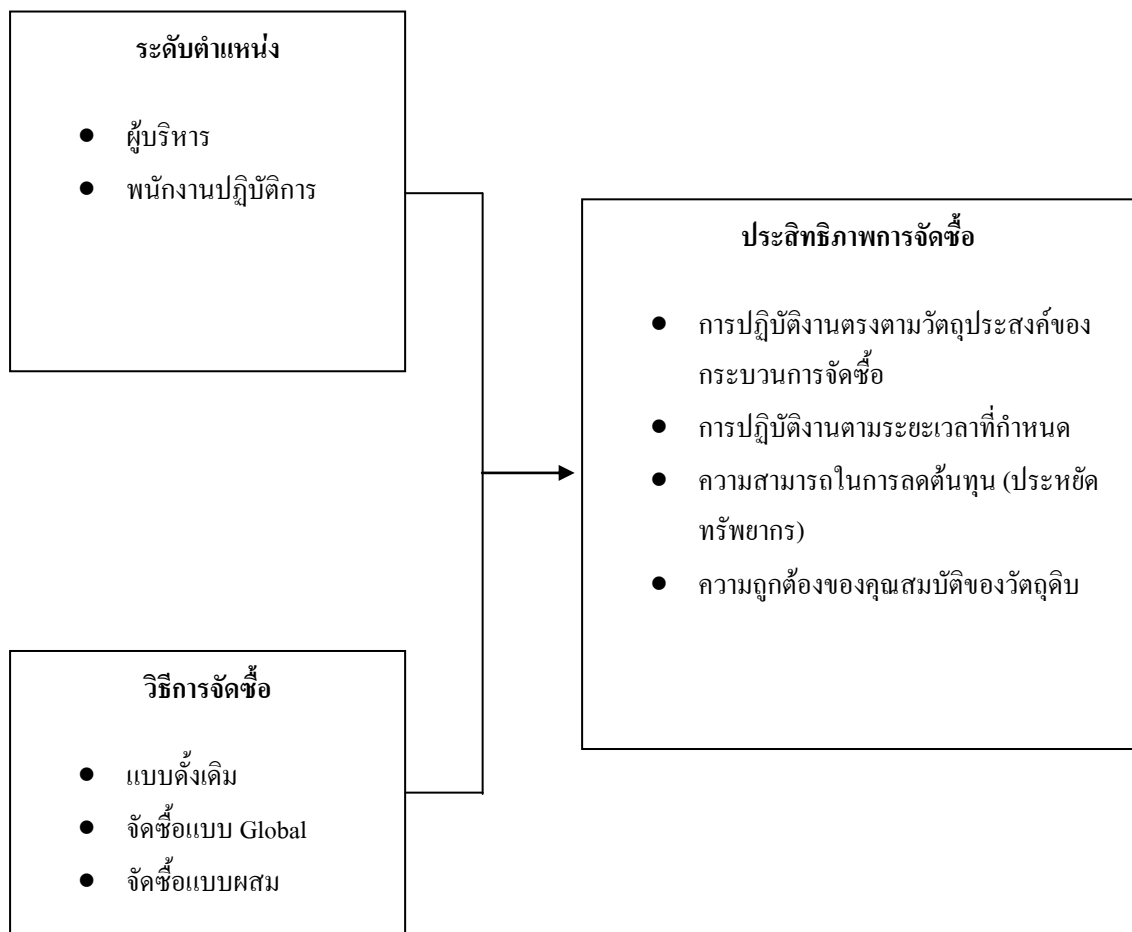
ส่งออกหลัก ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน มีสัดส่วนมูลค่าส่งออกมีมูลค่าอันดับสูงสุดถึง 319,582.60 ล้านบาท ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นดาวเด่นของประเทศ รวมทั้งมีการย้ายถิ่นฐานการผลิตกระบวนมาที่ประเทศไทย ซึ่งส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนเพื่อส่งป้อนโรงงานมีลักษณะเป็นผู้จัดหาสากล (Global Sourcing) ซึ่งรัฐบาลได้เล็งเห็นว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการขยายตัวที่ดี มีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต เพราะมีมูลค่าทางการตลาดสูง มีการจ้างงาน และเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตยานยนต์ มีการสร้างรายได้ถึงร้อยละ 16 ของอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ มีปริมาณการจ้างงานรวมที่มากถึงร้อยละ 8 ของปริมาณการจ้างงานทั้งประเทศ อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเป็นตัวเชื่อมให้อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันและขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนโดยใช้มาตรการส่งเสริมการลงทุน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อดึงดูดให้เกิดการย้ายฐานการผลิตจากต่างประเทศมาตั้งในประเทศไทยตามเป้าหมาย ด้วยวางเป้าหมายทางการตลาดและภาพลักษณ์ให้อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยเป็น ดิทรอยท์แห่งเอเชีย (Detroit of Asia) (ธนรัตน์ ครัววรรณเจริญ, 2555) และภายในปี พ.ศ. 2553 และถูกกำหนดให้เป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของชาติ แต่สิ่งที่ท้าทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ก็คือ การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการออกแบบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ความพร้อมของปัจจัยสนับสนุนการผลิต เช่น บุคลากร มาตรฐานการผลิต ความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนเครื่องมือทดสอบต่างๆ เพื่อที่จะสนับสนุนให้อุตสาหกรรมยานยนต์เติบโตอย่างเข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งต่างประเทศได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่จัดซื้อที่มีต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ด้วยวิธีการจัดซื้อชิ้นส่วนทั่วโลกของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตชลบุรี ที่ได้ทำการศึกษากำหนดให้ ระบบการจัดซื้อแบบ Global sourcing เป็นนโยบายหลักในการบริหารงานของปี 2557 และนำผลที่ได้การวิจัยนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนา การดำเนินงานของเจ้าหน้าที่จัดซื้อในระบบ Global sourcing เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่จัดซื้อของผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ ประกอบด้วย 3 แนวคิดได้แก่

1. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลประสิทธิภาพด้วย balance scorecard
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดซื้อ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ ของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อประเมินความคิดเห็นต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาระดับตำแหน่งงานที่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อ ของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี
4. เพื่อศึกษาวิธีการจัดซื้อ จำแนกตามรูปแบบการจัดซื้อในองค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ ของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตชลบุรี

วิธีการวิจัย

ประชากรได้แก่ เจ้าหน้าที่จัดซื้อของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรีที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดซื้อ จำนวนทั้งหมด 111 คน (ที่มา : ข้อมูลจากทรัพยากรบุคคล การ

คำนวณหาขนาดของตัวอย่างด้วยสูตรของ Taro Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ตัวอย่าง จำนวน 87 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม มีคำถามทั้งหมด 3 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการจัดซื้อในประเทศและวิธีการจัดซื้อแบบ Global sourcing ซึ่งใช้มาตรวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal scale) กับมาตรวัดเรียงอันดับ (Ordinal Scale) 3) ด้านความคิดเห็นต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ ใช้มาตรวัดระดับอันดับสาม เพื่อให้สอดคล้องกับระดับการประเมินผลในแบบสอบถามที่มีอยู่ 5 ระดับ ผู้วิจัยจึงนำผลรวมคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยและใช้คะแนนเฉลี่ยที่ได้จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแปลความหมายในการวิจัย ซึ่งจัดแบ่งออกเป็น 5 ระดับ เช่นเดียวกัน (พิสมัย หาญมงคลพิพัฒน์, 2546: 13) และตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามผู้วิจัยได้หาค่าความเที่ยงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยที่ค่าความเที่ยงตรง (validity) เชิงเนื้อหาโดยนำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบไปขอรับคำปรึกษาจากอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามและนำมาปรับปรุง ข้อคำถามที่ออกแบบให้ใช้ค่าวัดแบบลิเคิร์ต

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และสถิติทดสอบส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของงานวิจัยไว้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 วิธีการจัดซื้อที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนที่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรีคิดตำแหน่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ อายุงานส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5 ปี วิธีการจัดซื้อในองค์กรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จัดซื้อแบบ Local มากที่สุด โดยเป็นเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์ ด้านการจัดซื้อ 1-2 ปี วัตถุประสงค์เพื่อจัดหาชิ้นส่วนประกอบและใช้ในสายการผลิตคิดเป็น ปัญหาและอุปสรรคในการจัดซื้อสินค้า/ชิ้นส่วนต่าง ๆ จาก ผู้ขายในปัจจุบันคือราคาสินค้าหรือชิ้นส่วนแพงการจัดซื้อวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนจากผู้ขายในต่างประเทศประมาณร้อยละ 10 ของยอดการสั่งซื้อ เหตุผลที่เลือกการจัดซื้อชิ้นส่วนประกอบ แบบ Global Sourcing กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกไม่สามารถจัดหาชิ้นส่วนประกอบได้ภายในประเทศ ประเภทชิ้นส่วนที่องค์กรจัดซื้อแบบ Global Sourcing ส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนสำเร็จรูป (Finished Goods) การเตรียมแผนรองรับความเสี่ยงในของวิธีการจัดซื้อแบบ Global Sourcing กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เตรียมแผนรองรับแต่ไม่กำหนดเป็นแผน ประโยชน์จากการจัดซื้อแบบ Global Sourcing กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นประโยชน์ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่จากผู้ขาย

ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนที่แตกต่างกันผลการวิเคราะห์ระดับตำแหน่งงานความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนพบว่าระดับตำแหน่งงานกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนทั้งในภาพรวมแต่ละด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาการปฏิบัติงานตรง

ตามวัตถุประสงค์ของกระบวนการจัดซื้อพบว่าระดับตำแหน่งงานกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนมากกว่า ด้านการปฏิบัติงานตามระยะเวลาที่กำหนดพบว่าระดับตำแหน่งงานกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับผู้บริหารให้ความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนมากกว่า ด้านความสามารถในการลดต้นทุนพบว่าระดับตำแหน่งงานกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนมากกว่าด้านคุณสมบัติของวัตถุดิบพบว่าระดับตำแหน่งงานกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนมากกว่า

ทดสอบสมมติฐานที่ 2 วิธีการจัดซื้อในองค์กรที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในการจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนที่แตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จัดซื้อแบบ local และ Global sourcing มากที่สุด รองลงมาจัดซื้อแบบ local อย่างเดียว และ แบบ Global sourcing อย่างเดียวตามลำดับ พบว่า วิธีการจัดซื้อแบบ local ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานจัดซื้อที่แตกต่างกันในด้านการปฏิบัติงานตามระยะเวลาที่กำหนด ด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

1. ระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่จัดซื้อต่อการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นในระดับมากทุกด้านเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่ามีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านความสามารถในการลดต้นทุนมีทั้งระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gadde L. and Hakansson H. (1994) ศึกษาวิจัยเรื่อง Changing role of purchasing: reconsidering three strategic issues. ทั้งนี้ได้ศึกษาในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และรถยนต์ทั้งในกลุ่มประเทศยุโรป สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ผลการศึกษาระบุถึงบทบาทที่เปลี่ยนไปของการจัดซื้อที่ควรเปลี่ยนจากการมุ่งประหยัดงบประมาณเป็นหลัก มาเป็นกระบวนการลดต้นทุนด้วยการวางแผนจัดการทรัพยากร จะเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในกระบวนการจัดซื้อและพัฒนาให้กลายเป็นกลยุทธ์การจัดซื้อขององค์กร

2. ระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่จัดซื้อต่อการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานตามระยะเวลาที่กำหนด ข้อมูลในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่ามีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานตามระยะเวลาที่กำหนดมีทั้งระดับมากที่สุดกับระดับมาก มีข้อสังเกตว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือระบบการจัดส่งสินค้าของผู้ขายที่ตรงต่อเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ ไพศาล กิ่งเพชรรุ่งเรือง, ทรงวิทย์นรสิงห์, 2550 ได้ศึกษากลุ่มจัดซื้อบริษัทกรีนสปอตจำกัดพบว่า กระบวนการในการจัดซื้อเป็นกรอบในการปฏิบัติงานให้ผู้จัดซื้อมีหลักและวิธีปฏิบัติที่เป็นวิธีการในแนวทางมีทักษะในการเจรจาต่อรองเพื่อให้เกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงานในสาขาวิชาชีพ มีเกณฑ์ในการชี้วัดเป็นมาตรฐานที่กำหนดไว้ดัชนีชี้วัด (KPI) ในการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนด้านความสามารถส่วนบุคคล(Competency) มีการประเมินความสามารถของเจ้าหน้าที่จัดซื้อ 3 หลัก คือ ความสามารถในการวางแผนความสามารถในการเจรจาต่อรองและเรื่องการติดตามประเด็นเรื่องของ

ความสามารถส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่สามารถฝึกฝนและเรียนรู้ได้จากการศึกษาและประสบการณ์การปฏิบัติงานคู่มือจัดซื้อบริษัทกรีนสปอตจำกัดโดยใช้ความสามารถส่วนบุคคล

Jia และคณะ (2014) ได้ศึกษาเรื่อง global purchasing strategy and International Purchasing Offices: Evidence from case studies. พบว่าการหน่วยงานจัดซื้อนั้นเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการจัดซื้อแบบ global sourcing ซึ่งกลยุทธ์ขององค์กรต้องสอดคล้องกับโครงสร้างของการจัดซื้อ Jia ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า การจัดซื้อแบบ global sourcing จะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องความคิดเห็นต่อการดำเนินงานจัดซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ ด้วยวิธีการจัดซื้อชิ้นส่วนทั่วโลกของบริษัทผู้ผลิตและประกอบรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

วิธีการจัดซื้อแบบทั่วโลก มีข้อควรระวังในเรื่อง การผันผวนในอัตราแลกเปลี่ยน ข้อจำกัดทางภาษี การกีดกันทางการค้า กฎหมายระหว่างประเทศ เจ้าหน้าที่จัดซื้อได้ศึกษาโดยเฉพาะในด้านการดำเนินงานในการลดต้นทุน เพื่อก่อให้เกิดการได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนซึ่งในมีความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ เพราะมีแนวโน้มในการจัดซื้อจากตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะจากการค้าเสรี

เอกสารอ้างอิง

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2557. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 15.

กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.

ชนรัตน์ คุรุวรรณเจริญ. 2555. “การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.”

วารสารจันทร์เกษมสาร ปีที่ 18 ฉบับที่ 35: (ก.ค.-ธ.ค. 2555): หน้า 89-95.

พิสมัย หาญมงคลพัฒน์. 2546. **หลักสถิติ 1**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

หรรษา ทองเฒ. 2550. ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทอเมริกัน แสตนด์ บิ แอนด์ เค

(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.

ไพศาลกิ่งเพชรรุ่งเรือง, ทรงวิทย์นรสิงห์. 2550. คู่มือจัดซื้อบริษัทกรีนสปอตจำกัดโดยใช้ความสามารถส่วนบุคคล

(Competency) และดัชนีชี้วัด (KPI) ในการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Gadde, L. and Håkansson, H. 1994. The Changing Role of Purchasing: Reconsidering Three Strategic Issues,

European Journal of Purchasing and Supply Management, vol. 1, no.1, pp 27-35.

Fu Jia , , Richard Lamming, , Marco Sartor, Guido Orzes , Guido Nassimbeni; 2014. Global purchasing strategy and International Purchasing Offices: Evidence from case studies. **Int. J. Production Economics**. 154 (2014) 284–298

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และปัจจัยด้าน
ภาวะผู้นำ ต่อระดับความผูกพันของพนักงานโรงงานผลิตรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรม
อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

**THE RELATIONSHIPS BETWEEN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT
PRACTICES, LEADERSHIP STYLES, AND ORGANIZATIONAL
COMMITMENT: A STUDY CONDUCTED IN CAR MANUFACTURER
IN EASTERN SEABOARD INDUSTRIAL ESTATE (RAYONG)**

ศุวิทย์ ภักดีบุรี

นิสิตบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

ผศ.ดร.ชนวัตร ลิ้มป้าณชัยกุล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

*E-mail: sphakdib@hotmail.com

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตรถยนต์ ในนิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง โดยมุ่งเน้นศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงาน และระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง และพร้อมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การฝึกอบรม ค่าตอบแทน การมอบอำนาจ การบริหารผลปฏิบัติงาน และการพัฒนาอาชีพ รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน และภาวะผู้นำที่ขาดภาวะผู้นำ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 383 คน ผลการศึกษาพบว่าลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรได้แก่ เพศ และอายุ สำหรับปัจจัยด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันได้แก่ การฝึกอบรม ค่าตอบแทน และการพัฒนาอาชีพ ส่วนปัจจัยภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความผูกพันได้แก่ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมผู้นำที่มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้ตามมีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน และภาวะผู้นำแบบขาดภาวะผู้นำ

คำสำคัญ: วิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำ ความผูกพันต่อองค์กร

ABSTRACT

The purpose of this paper is to examine the factors influencing employee organizational commitment of Car Manufacturer in Eastern Seaboard Industrial Estate (Rayong). The data were collected from 383

employees through the survey questionnaire. The hypotheses were tested using t-test, F-test and multiple regressions. Findings revealed that sex, age, training, compensation, career development, transformation leadership in idealized influence in attribute aspect and Laissez-faire Leadership are factors that influencing employee organizational commitment.

KEYWORDS : Human resource management practices, Leadership, Organizational commitment.

บทนำ

ในการรักษาพนักงานขององค์กรนั้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการหลักอย่างหนึ่งที่ต้องสามารถใช้ในการสร้างความผูกพันต่อองค์กร โดยการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้นเกี่ยวข้องกับนโยบาย วิธีปฏิบัติ และระบบที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ทักษะ และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักๆ ได้แก่ การดึงดูด การพัฒนา และการรักษาพนักงานในองค์กร ในส่วนของการสร้างความผูกพันต่อองค์กร เป็นอีกผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ผ่านทางวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสม ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรนี้จะช่วยลดการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ อันส่งผลให้องค์กรต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากในการลงทุนในด้านทรัพยากรมนุษย์ เช่นค่าใช้จ่ายในการรับสมัครงาน ค่าโฆษณา ค่าผลตอบแทนต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรรวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่สามารถกำหนดออกมาเป็นตัวเงิน เช่นระยะเวลาที่จะพัฒนาบุคลากรใหม่ให้มีความสามารถเทียบเท่ากับบุคลากรที่จากไป ซึ่งการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันมีการพัฒนาจากเดิมไปมาก จากเดิมที่มองทรัพยากรมนุษย์เป็นเพียงแค่ปัจจัยการผลิตหรือให้ความสำคัญเป็นแค่แรงงานหรือกำลังคน แต่ปัจจุบันทรัพยากรมนุษย์ถูกมองเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าขององค์กรและเป็นทรัพยากรที่เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรได้ ซึ่งการที่องค์กรสามารถรักษามูลค่าบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถไว้กับองค์กรทำให้องค์กรมีทรัพยากรที่มีคุณค่าและสามารถแข่งขันได้ในภาวะการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน ส่วนปัจจัยด้านภาวะผู้นำในองค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน ภาวะผู้นำยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งของการบริหารงานในทุกๆ องค์กร ซึ่งภาวะผู้นำเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่จะช่วยให้ผู้นำบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย แม้ว่าองค์กรจะมีองค์ประกอบหลากหลายที่จะช่วยให้องค์กรมีความเจริญก้าวหน้าหรือล้มเหลว แต่ภาวะผู้นำของผู้บริหารจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารงานในองค์กร และยังมีการวิจัยที่พบว่า ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรักษาพนักงานขององค์กร ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีการวิจัยศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำ ที่ส่งผลต่อความผูกพันในบริบทที่แตกต่างกันในต่างประเทศ แต่ในประเทศไทยการศึกษาวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำ ที่ส่งผลต่อความผูกพันนั้นยังมีน้อยซึ่งการศึกษาส่วนมากจะมุ่งเน้นศึกษาที่ผลดำเนินการขององค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานโรงงานผลิตรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ที่แตกต่างกันต่อความผูกพันต่อองค์กร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันของพนักงานโรงงานผลิตรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและความผูกพันของพนักงานโรงงานผลิตรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

ทบทวนวรรณกรรม

ความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญ (วัชรินทร์ วิจิตรวงษ์, 2548: 23) ที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรมีประสิทธิภาพ และเจริญก้าวหน้าต่อไป ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรสามารถเชื่อมโยงโดยตรงกับปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจในงาน ผลปฏิบัติงาน การศึกษาพนักงาน รวมถึงอัตราการลาออก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความเจริญก้าวหน้า และความอยู่รอดขององค์กร ส่งผลให้มันักวิชาการให้ความสนใจ และมุ่งศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญ และผลที่ตามมาของความผูกพันต่อองค์กรตามแง่มุมต่าง ได้แก่ ความพึงพอใจในงาน ซึ่งการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าความผูกพันต่อองค์กรและความพึงพอใจในงานนั้นมีความสัมพันธ์ และส่งผลต่อกันและกัน ในด้านผลปฏิบัติงานพบว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีความพยายามในการทำงานที่สูงขึ้น และต้องการความสำเร็จในงานที่ทำ ซึ่งส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น รวมถึงปัจจัยด้านการขาดงาน และการลาออก ซึ่งจากการศึกษาพบว่าความผูกพันต่อองค์กรสามารถทำนายอัตราการขาดงาน และอัตราการลาออกได้สูง ในการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรมีผู้เสนอแนวคิดไว้หลายรูปแบบโดยรูปแบบหนึ่งที่ถูกเสนอโดย Meyer and Allen (1991) นั้นเป็นแนวคิดที่ใช้กันมากในหลายๆงานวิจัย ถึงแม้ว่าจะมีบางงานวิจัยที่ได้แย้งว่าแนวคิดของ Meyer and Allen (1991) นั้นเป็นแนวคิดที่ไม่ถูกต้องได้แก่ Solinger et al. (2008) แต่ก็มีงานวิจัยหลายงานที่รองรับแนวคิดด้านความผูกพันของ Meyer and Allen (1991) เป็นแนวคิดที่สามารถวัดความผูกพันต่อองค์กรได้ (Meyer and Allen, 1991; Allen and Meyer, 1996; Jaros, 1997; Cheng and Stockdale, 2001; Prabhakar and Ram, 2011) โดยแนวคิดนี้ได้ถูกพัฒนามาจากปี 1984 โดย Meyer and Allen (1991) เสนอลักษณะของความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร (Continuance commitment) จากพื้นฐานของทฤษฎีการลงทุน (Side-Bet Theory) ของ Becker เพิ่มเติมจากลักษณะความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective attachment) ที่ถูกเสนอไว้อยู่แล้ว ต่อมา Allen and Meyer (1990) ได้เพิ่มลักษณะความผูกพันที่ 3 คือความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative commitment) (Mathebulu, 2004: 14)

ความสัมพันธ์ระหว่างวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันต่อองค์กร

Huselid (1995) กล่าวว่านโยบายทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยอาศัยวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมซึ่งส่งผลต่อทักษะ แรงจูงใจของพนักงาน รวมถึงการจัดโครงสร้างขององค์กร (Suthiphan, 2010: 35) วิธีปฏิบัติทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้นเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการยกระดับความผูกพันต่อองค์กร การปฏิบัติทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นรูปธรรมเป็น

แบบแผนที่กำหนดการสร้าง ความผูกพัน โดยการสนับสนุน วิธีปฏิบัติทางการพยาบาลมนุษย์เป็นการเสริมสร้าง และส่งผลต่อความผูกพันผ่านกระบวนการ คัดเลือก การจัดคน การพัฒนา การให้รางวัล และการเก็บรักษา ซึ่ง Mathebuta (2004: 46-50) ได้ระบุว่า มีผู้วิจัยที่ทำการศึกษายิงที่มีอิทธิพลระหว่างวิธีปฏิบัติด้านการบริหาร พยาบาลมนุษย์กับความผูกพันต่อองค์กร โดยนักวิจัยเหล่านี้ได้แนะนำรูปแบบที่หลากหลายของวิธีปฏิบัติด้านการบริหารพยาบาลมนุษย์ต่อความผูกพัน

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและความผูกพันต่อองค์กร

การบริหารงานขององค์กรจะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้นั้นต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ ปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้้องค์กรประสบความสำเร็จคือปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยผู้นำจะเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ และเป็นตัวแทนในการบริหารงานต่างๆขององค์กร รวมทั้งสามารถที่จะใช้อำนาจหน้าที่ในการทำให้คนใน องค์กรเชื่อถือ ขอมรับและปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงและบรรลุเป้าหมายขององค์กร (ชนันดา ไซติแดง, 2550: 2) ภาวะผู้นำเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งของการบริหารงานในทุกๆองค์กร ภาวะผู้นำเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่จะ ช่วยให้ผู้บุรุษบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย แม้ว่าองค์กรจะมีองค์ประกอบหลากหลายที่จะช่วยให้้องค์กรมีความ เจริญก้าวหน้าหรือล้มเหลว แต่ภาวะผู้นำของผู้บริหารจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหาร งานในองค์กร และยังม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลผลิต ความพึงพอใจใน งานของบุคลากร ตลอดจนความผูกพันของสมาชิกต่อองค์กร (นฤนันท์ สุริยมณี และ ประเสริฐไชย สุขสอาด, 2554: 32) ซึ่งสอดคล้องกับ Shahzad et al. (2010) ได้กล่าวว่าภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบ แลกเปลี่ยนช่วยสร้างความเชื่อถือ ความจงรักภักดี และความผูกพันต่อพนักงาน โดยผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำที่ แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน (Lee, 2004; Lo et al., 2009; Randeree and Chaudhry, 2012)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษายิงที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานโรงงานผลิตรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง แบ่งศึกษายิงดังกล่าวกวเป็น 3 ด้านได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล วิธีปฏิบัติด้านการบริหารพยาบาลมนุษย์ และภาวะผู้นำ โดยวิธีปฏิบัติด้านการบริหารพยาบาลมนุษย์สร้างตามแนวคิดของ Beer (1984) ส่วนภาวะผู้นำสร้างตาม Multifactor leadership questionnaire (MLQ form 5X; Bass and Avolio, 2004) ตามการศึกษาของ Avolio et al. (1991) โดยสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ต่อระดับความผูกพันของพนักงาน โรงงานผลิตรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุงาน และระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของพนักงาน โรงงานประกอบรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน โรงงานประกอบรถยนต์ ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง
3. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน โรงงานประกอบรถยนต์ ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือพนักงานโรงงานผลิตรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นชีปอร์ต จังหวัดระยอง จำนวน 383 คน ซึ่งทำงานในส่วนสนับสนุน และปฏิบัติการ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยหาสัดส่วนพนักงานในแต่ละแผนกในบริษัท แล้วจึงทำการสุ่มโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1. แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน ส่วนที่ 2. แบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ส่วนที่ 3. แบบสอบถามภาวะผู้นำ และ ส่วนที่ 4. แบบสอบถามวัดความผูกพันต่อองค์กรโดยก่อนทำการเก็บรวบรวมข้อมูล นำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยคำถามแต่ละข้อต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) มากกว่า 0.5 ขึ้นไป หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 รายเพื่อหาค่าความค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยเกณฑ์ที่ยอมรับค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่า 0.70 ขึ้นไป (มธุมนต์ แคะเทอร์เรนชัค, 2554: 89)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละใช้วิเคราะห์ความถี่ของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ยใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้คู่กับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล ค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม ค่า F-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสามกลุ่มขึ้นไป และวิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) แบบ Enter เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยงานวิจัยนี้ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 อายุของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26 ปีถึง 40 ปี โดยอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปีมีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 54 พนักงานส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 63.7 ส่วนสถานภาพสมรสของพนักงานส่วนใหญ่มีสถานะ โสดจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 อายุงานพนักงานส่วนใหญ่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี มีจำนวน 175 คนคิดเป็นร้อยละ 45.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งภายในระยะเวลา 2-3 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 43.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความผูกพันด้านความรู้สึกลงในเกณฑ์ดี มีความผูกพันด้านการคงอยู่ในระดับปานกลาง และมีความผูกพันด้านบรรทัดฐานในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.6 3.26 และ 3.28 ตามลำดับ วิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ได้แก่ ด้านการฝึกอบรม ด้านค่าตอบแทน ด้านการมอบอำนาจ และด้านการบริหารผลปฏิบัติงาน ส่วนวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการพัฒนาอาชีพอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ลักษณะของภาวะผู้นำที่อยู่ในองค์การ มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนภาวะผู้นำแบบวางเฉยและขาดภาวะผู้นำอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง พนักงานมีระดับความผูกพันด้านความรู้สึกลงในเกณฑ์ที่ดี ส่วนระดับความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร และความผูกพันด้านบรรทัดฐานอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัย	สถิติ	ความผูกพันต่อองค์กร (Sig value)		
		ด้านความรู้สึกรัก	ด้านการคงอยู่	ด้านบรรทัดฐาน
เพศ	t-test (2-tails)	0.074*	0.2685	0.101
อายุ	F-test	0.007*	0.208	0.013*
ระดับการศึกษา	F-test	0.925	0.066	0.08
สถานภาพสมรส	F-test	0.625	0.057	0.753
อายุงาน	F-test	0.056	0.419	0.587
ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง	F-test	0.087	0.165	0.421

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่าลักษณะส่วนบุคคลได้แก่เพศ และอายุที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าเพศและอายุที่แตกต่างกันมีความผูกพันด้านความรู้สึกรักที่แตกต่างกัน และยังพบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความผูกพันด้านบรรทัดฐานแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัยวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัย	B	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	2.115		14.916	.000*
การฝึกอบรม	.092	.129	2.236	.026*
ค่าตอบแทน	.132	.202	3.149	.002*
การมอบอำนาจ	-.032	-.043	-.617	.538
การประเมินผล	-.011	-.015	-.190	.850
การพัฒนาอาชีพ	.185	.302	4.077	.000*

$S_{Eest} = .46042$	Durbin Watson = 1.812			
$R = .494$	$R^2 = .244$	$R^2_{Adj} = .234$	$F = 24.214$	$Sig. < .001$

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแปรอิสระด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทุกตัวรวมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่าเท่ากับ 0.494 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.244 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 24.4 และเมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่า

การฝึกอบรม ค่าตอบแทน และการพัฒนาอาชีพมีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลงของความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย 0.092 0.132 และ 0.185 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัยภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร

	ปัจจัย	B	Beta	T	Sig.
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	ค่าคงที่	2.496		14.208	.000*
	อิทธิพลด้านความคิด	.175	.231	2.512	.012*
	อิทธิพลด้านพฤติกรรม	.043	.058	.647	.518
	สร้างแรงบันดาลใจ	.064	.083	.858	.391
	กระตุ้นผู้ตามด้วยสติปัญญา	.022	.028	.278	.782
ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน	มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	-.020	-.026	-.283	.777
	ให้รางวัลตามสถานการณ์	.050	.065	.691	.490
ภาวะผู้นำแบบขาด	การบริหารแบบวางเฉยเชิงรุก	.014	.018	.202	.840
	การบริหารแบบวางเฉยเชิงรับ	.012	.020	.264	.792
ภาวะผู้นำ	ขาดภาวะผู้นำ	-.125	-.239	-3.147	.002*

$S_{Eest} = .48534$ Durbin Watson = 1.814

$R = .408$ $R^2 = .166$ $R^2_{Adj} = .146$ $F = 8.267$ $Sig. < .001$

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่าตัวแปรอิสระด้านภาวะผู้นำทุกตัวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่าเท่ากับ 0.408 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.166 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 16.6 และเมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านอิทธิพลด้านความคิด และภาวะผู้นำแบบขาดภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลงของความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย 0.175 และ -0.125 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันนั้นมีความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกันซึ่งพบว่าเพศ และอายุที่แตกต่างกันมีความผูกพันด้านความรู้สึกที่ต่างกัน และ อายุที่แตกต่างกันมีความผูกพันด้านบรรทัดฐานที่แตกต่างกันซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ 1 เพียงกึ่งหนึ่ง ส่วนปัจจัยด้านวิถีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรได้แก่ การฝึกอบรม ค่าตอบแทน และการพัฒนาอาชีพมีอิทธิพลมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งผลที่ได้ยอมรับสมมติฐานที่ 2 ส่วนปัจจัยด้านภาวะผู้นำที่สามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลด้านความคิด และภาวะผู้นำที่ขาดภาวะผู้นำ ซึ่งผลที่ได้ยอมรับสมมติฐานที่ 3

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลและความผูกพันต่อองค์กร

ลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ เพศ และอายุ ส่วนปัจจัยด้านอายุงานที่ต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่าง ซึ่งผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับทฤษฎี หรืออาจกล่าวได้ว่าพนักงานที่อยู่กับองค์กรนานๆ ควรมีความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งผลดังกล่าวอาจเกิดจากการแบ่งลำดับชั้นในการคำนวณของผู้วิจัยซึ่งผลการวิจัยพบว่าค่าของ p -value ที่มีผลต่อความผูกพันด้านความรู้สึกมีค่ามากกว่า 0.05 เพียงเล็กน้อย และเมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอื่น พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีอายุงานไม่ถึง 5 ปี แต่พนักงานส่วนใหญ่ไม่ใช่กลุ่มพนักงานที่อยู่กลุ่มเพ่งจบการศึกษาเพราะกลุ่มของพนักงานส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 26 ปี ถึง 35 ปี ซึ่งแสดงว่าพนักงานกลุ่มนี้อาจมีการเปลี่ยนงานหรือย้ายงานซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lok and Crawford (2004); Newman and Sheikh (2012); ธนเดช ประสาททอง (2554) ส่วนเพศที่ต่างกันมีความผูกพันที่ต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ วิหิตา นุชพงษ์ (2553, อ้างใน มธุมนต์ แคเทอร์เรนซ์, 2554: 73) ที่พบว่าเพศชายมีความผูกพันมากกว่าเพศหญิง

ความสัมพันธ์ระหว่างวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการศึกษพบว่าปัจจัยวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมสามารถทำนายความผูกพัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทฤษฎีของ Allen and Meyer (1991) ที่กล่าวว่าความผูกพันอันเนื่องมาจากภาระหน้าที่ (Obligation) โดยแสดงถึงการที่บุคคลรับรู้ถึงพันธะของตนเองต่อองค์กร ซึ่งเป็นผลมาจากสองปัจจัยได้แก่ การหล่อหลอมทางสังคม (Socialization) ซึ่งแบ่งได้เป็นการหล่อหลอมทางครอบครัวและการหล่อหลอมในองค์กร เช่น จากวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อสร้างคุณค่าและความจงรักภักดี และการแลกเปลี่ยน (Exchange) เช่น การได้รับรางวัล ไม่ว่าจะเป็นรางวัลทางสังคมและรางวัลจากองค์กร หรือการลงทุนขององค์กรในตัวบุคคล เช่น การพัฒนาพนักงาน ด้วยการฝึกอบรม การให้ทุน ทำให้บุคคลรู้สึกผูกพันเพื่อตอบแทนองค์กร เป็นความรู้สึกว่าควรจะต้องอยู่ ส่วนปัจจัยด้านวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านค่าตอบแทนสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Anvari et al. (2011) ที่พบว่า การบริหารค่าตอบแทนมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยพบว่าค่าตอบแทนตามผลปฏิบัติงานนั้นมีอิทธิพลมากกว่าค่าตอบแทนตามความรู้ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Paik et al. (2007 อ้างใน Rizal et al., 2014: 64) ที่พบว่าค่าตอบแทนมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันด้านความรู้สึก โดยอิทธิพลทางบวกที่เกิดจากค่าตอบแทนนั้นมาจากค่าจ้างและแรงจูงใจที่มีต่อทัศนคติในการทำงานของแต่ละบุคคลซึ่งได้จากการรับรู้ถึงคุณค่าของแต่ละคนในองค์กรผ่านทางค่าตอบแทนที่แต่ละคนได้ทุ่มเทลงไปซึ่งสอดคล้องกับ Shafiq et al. (2013) ที่พบว่าค่าตอบแทนนั้นเป็นปัจจัยสำคัญต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยพบว่าค่าตอบแทนที่สามารถแข่งขันได้ รวมถึงการเพิ่มค่าตอบแทนตามระยะเวลาที่เหมาะสมส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น ซึ่งในการบริหารค่าตอบแทนนั้นต้องให้ความสำคัญทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ส่วนวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการพัฒนาอาชีพสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ Younis et al. (2013) ที่พบว่าการพัฒนาอาชีพสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ โดยการพัฒนาพนักงานมีความสำคัญต่อการทำกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรและยังมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ขององค์กร

ซึ่งการก้าวหน้าทางอาชีพไม่ได้เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวไปข้างหน้าเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับการพัฒนา (Torrington and Hall, 1998 cited in Younis et al, 2013: 1)

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและความผูกพันต่อองค์กร

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรพบว่าภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Allen and Meyer (1991) ที่ระบุว่าความผูกพันด้านความรู้สึก ยึดติดต่อองค์กร กลุ่ม หรือเป้าหมาย ซึ่งภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของ ผู้ร่วมงาน และยังสอดคล้องกับ Bass (1999: 11) ที่กล่าวว่าภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงช่วยเพิ่มพูนความผูกพันของ พนักงาน ส่วนภาวะผู้นำแบบขาดภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์ด้านลบต่อความผูกพันต่อองค์กรซึ่งสอดคล้องกับ Avolio et al. (2004) ที่ระบุว่าพฤติกรรมด้านภาวะผู้นำปล่อยตามสบายหรือขาดภาวะผู้นำมีอิทธิพลด้านลบต่อ พนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายงาน (Lee, 2004; Lo et al., 2004; กฤตยา รัชตสวรรค์ และคณะ, 2550; Chaudhry and Javed, 2012; มรุมนต์ แกเทอร์เรนชัก, 2554) ซึ่งพบว่าภาวะผู้นำที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรที่ต่างกัน ภาวะผู้นำเป็นอาวุธสำคัญขององค์กรผ่านทางหัวหน้างานที่มีภาวะผู้นำที่ดีจะส่งผลต่อ เป้าหมายขององค์กร และส่งผลต่อผลผลิตที่เพิ่มขึ้นขององค์กร และยังมียิทธิพลด้านบวกต่อความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงาน (Chaudhry and Javed, 2012: 258)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้คือ ถึงแม้ว่าวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านใดด้านหนึ่งไม่สามารถพยากรณ์ความผูกพันได้ครบทุกด้าน ซึ่งในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรนั้น องค์กรควรพัฒนาวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรในทุกมิติไม่เน้นที่ด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งสามารถแสดงได้จากผลการวิจัยที่พบว่าวิธีปฏิบัติด้านการฝึกอบรม และวิธีปฏิบัติด้านการพัฒนา อาชีพนั้นอยู่ในกลุ่มของการพัฒนาพนักงานเหมือนกันแต่มีอิทธิพลต่อความผูกพันที่ต่างกัน องค์กรต้องพิจารณา ปัจจัยอื่นควบคู่เพื่อพัฒนาวิธีปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ส่วนลักษณะภาวะผู้นำขององค์กรนั้นมีความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและสมาชิก ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อผู้ตามอย่างชัดเจนในการแสดงบทบาทที่มีต่อคุณภาพของงานที่เกิดขึ้นรวมถึงความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Lee, 2004: 669) องค์กรควรพยายามที่จะเลือกและรักษาคุณภาพความเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลงในหมู่ผู้นำเพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพของผู้นำเหล่านั้น ซึ่งสามารถทำได้โดยการ สัมภาษณ์รวมถึงการฝึกอบรมที่เพียงพอในการสร้างภาวะผู้นำ ส่วนภาวะผู้นำที่ขาดภาวะเป็นผู้นำ ซึ่งส่งผลในด้านลบต่อความผูกพันของพนักงาน โดยพนักงานจะไม่ชื่นชมหัวหน้างานที่ตนมองเห็นว่าไม่เต็มใจที่จะทุ่มเทเวลาใน การทำงาน โดยภาวะผู้นำที่ขาดภาวะผู้นำนั้นส่งผลต่อความไม่พึงพอใจ ความไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ ของพนักงาน (Deluga, 1992 cited in Lee, 2004: 657) ซึ่งองค์กรควรตระหนักถึงผลเสียของหัวหน้างานที่ขาด ภาวะผู้นำ โดยพัฒนาหัวหน้างานที่ขาดภาวะผู้นำเหล่านั้นให้มีภาวะผู้นำเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงาน รวมถึงความผูกพันของพนักงานที่เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปตรวจสอบความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำและปัจจัยด้านการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ โดยองค์กรที่มีขนาดแตกต่างกัน อิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีต่อปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากร

มนุษย์อาจแตกต่างกัน ซึ่งบริษัทขนาดใหญ่ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์อาจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้นำ ส่วนองค์การขนาดเล็กผู้นำอาจเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารขององค์การ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ศึกษากับองค์การที่เป็น บริษัทข้ามชาติ มีสายบังคับบัญชาหลายระดับ นโยบายหลักได้รับมาจากบริษัทแม่ที่อยู่ในต่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กฤตยา รัชตสวรรค์ และคณะ. 2550. ภาวะผู้นำ ที่มีผลต่อความผูกพันและประสิทธิผลองค์การ โดยมีตัวแบบ
หน้าที่ทางสังคม และ/หรือมีความผูกพันต่อองค์การเป็นตัวเชื่อมโยง กรณีศึกษา บริษัท บริหาร
สินทรัพย์ A.B.C. จำกัด. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์และ
องค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนันดา โชติแดง. 2550. ภาวะผู้นำ ความผูกพันต่อองค์การ และพฤติกรรมการทำงานของผู้บริหารสถานศึกษา
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนเดช ประสาททอง. 2554. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการเปลี่ยนงานของพนักงาน ฝ่ายผลิต บริษัทแห่งหนึ่งใน
อำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร
มนุษย์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นฤนันท สุริยมณี และ ประเสริฐไชย สุขสอาด. 2554. “การศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานสังกัด
มหาวิทยาลัยมหิดล.” วารสารวิทยบริการ 22 (1): 30-40.
- มธุมนต์ แดเทอร์เรนชัก. 2554. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารกับความผูกพัน
องค์กรของพนักงานในองค์กรพัฒนาธรรม ABC. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัชรินทร์ วิจิตรวงษ์. 2548. การรับรู้บรรยากาศองค์การกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการ
ฝ่ายผลิต: กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง. งานนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการ
จัดการทรัพยากรมนุษย์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Allen, N. J. and J. P. Meyer. 1991. “The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and
Normative Commitment to the Organization.” *Journal of Occupational Psychology* 63 (1): 1-18
- _____. 1996. “Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An
Examination of Construct Validity.” *Journal of Vocational Behavior* 49: 252-276.
- Anvari, R. et al. 2011. “The relationship between strategic compensation practices and affective organizational
commitment” *Interdisciplinary Journal of Research in Business* 1 (2): 44-55.
- Avolio, B. J., and B. M. Bass. 2004. **Multifactor Leadership Questionnaire: Third Edition Manual and
sampler set.** Mind Garden, Redwood City, CA (2004)
- Avolio, B.J., D. A. Waldman, F. J. Yammarino. 1991. Leading in the 1990s: The Four I’s of Transformational
Leadership. *Journal of European Industrial Training*. 15 (4); 9-16.

- Beer, M., B. Spector., P. R. Lawrence., D. Q. Mills., and R. Walton. 1984. **Managing Human Assets**. New York: The Free Press.
- Chaudhry, A. Q. and H. Javed. 2012. "Impact of Transactional Laissez Faire Leadership Style on Motivation." **International Journal of Business and Social Science** 3 (7): 258-264.
- Cheng, Y. and M. S. Stockdale. 2003. "The Validity of the Three-component Model of Organizational Commitment in a Chinese Context." **Journal of Vocational Behavior** 62: 465-489.
- Huselid, M. A. 1995. "The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Productivity, and Corporate Financial Performance." **Academy of Management Journal** 38 (3): 635-672.
- Jaros, S. J. 1997. "An Assessment of Meyer and Allen's (1991) Three-Component Model of Organizational Commitment and Turnover Intentions." **Journal of Vocational Behavior** 51: 319-337.
- Lee, J. 2004. "Effects of leadership and leader-member exchange on commitment." **Leadership & Organization Development Journal** 26 (8): 655-672.
- Lo, M.C. et al. 2009. "Leadership styles and organizational commitment: a test on Malaysia manufacturing industry." **African Journal of Marketing Management** 1 (6): 133-139.
- Lok, P. and J. Crawford. 2004. "The Effect of Organizational Culture and Leadership Style on Job Satisfaction and Organizational Commitment." **Journal of Management Development** 23 (4): 321-338.
- Mathebula, M. R. L. 2004. **Modelling the Relationship Between Organizational Commitment, Leadership Style, Human Resource Management Practices and Organizational Trust**. Doctor of Philosophy Thesis in Economic and Management Sciences, University Of Pretoria.
- Meyer, J. P., N. J., Allen. 1991. "A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment." **Human Resource Management Review** 1 (1): 61-89.
- Newman, A. and A. Sheikh. 2012. "Organizational Rewards and Employee Commitment: A Chinese Study." **Journal of Managerial Psychology** 27 (1): 71-89.
- Prabhakar, G. V. and P. Ram. 2011. "Antecedent HRM Practices for Organizational Commitment." **International Journal of Business and Social Science** 2 (2): 55-62.
- Randeree, K. and A. G. Chaudhry. 2012. "Leadership – Style, Satisfaction and Commitment: An Exploration in the United Arab Emirates' Construction Sector." **Engineering, Construction and Architectural Management** 19 (1): 61-85.
- Rizal, M. et al. 2014. "Effect of Compensation on Motivation, Organizational Commitment and Employee Performance (Studies at Local Revenue Management in Kendari City). **International Journal of Business and Management Invention** 3 (2): 64-79.
- Shafiq et al. 2013. "Impact of Compensation, Training and Development and Supervisory support on Organizational Commitment." **Compensation & Benefits Review** 45 (5): 278-285.

- Shahzad, K. and K. U. Rehman. 2010. "HR Practices and Leadership Styles as Predictors of Employee Attitude and Behavior: Evidence from Pakistan." **European Journal of Social Sciences** 14 (3): 417-426.
- Solinger, O. N., W. Van Olffen, and R. A. Roe. 2008. "Beyond the Three-Component Model of Organizational Commitment." **Journal of Applied Psychology** 93 (1): 70-83.
- Suthiphan, S. 2010. **The Impact of Strategic Human Resource Management on Employee Attitudes Behavior and Work Outcome through Perceived Organization Support**. Doctor of Philosophy Thesis in School of Public Administration, National Institute of Development Administration.
- Younis, N. et al. 2013. "Career Development and Organizational Commitment: Case study of a Pharmaceutical Organization in United Kingdom". **International Journal of Scientific and Research Publications** 3 (12): 1-4.

คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร

เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา

QUALITY OF WORKING LIFE AND WORK PASSION OF OFFICERS

IN NAKHON RATCHASIMA MUNICIPALITY

ดวงดาว ศรีกลีลาญจน์

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

E-mail : DS2523@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากร เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา 2) ศึกษาระดับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของ
คุณภาพชีวิตในการทำงานและความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่าง
ที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานเทศบาล ลูกจ้างประจำ พนักงานจ้างตามภารกิจและพนักงานจ้างทั่วไป ของเทศบาล
ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 374 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา มีคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยภาพรวมและรายด้าน
อยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ 1) ด้านการเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับสังคม 2) ด้านการบูรณาการด้านสังคม 3) ด้าน
ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน 4) ด้านสิทธิส่วนบุคคลในองค์กร 5) ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล
6) ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ 7) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตด้านอื่น และ
8) ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ และบุคลากรเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา มีความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อ
องค์กรโดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ดังนี้ 1) ด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ 2) ด้านความ
ตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร 3) ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก 4) ด้านความ
ตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และ 5) ด้านความตั้งใจในการเอาชนะอุปสรรค ผลการทดสอบ
สมมติฐานพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของ
บุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กร

ABSTRACT

This study aims to (1) study the level of quality of working life in Nakhon Ratchasima Municipality, (2) investigate the level of work passion of officers in Nakhon Ratchasima Municipality, (3) study relationship of quality of working life and work passion of officers in Nakhon Ratchasima Municipality. The sample group

in this research was the group of 374 respondents who work for Nakhon Ratchasima Municipality such as municipal employees, permanent employees, outsources employees and general employees. The survey questionnaire was a research tool which developed by researcher. The research results indicated that : Municipal employees in Nakhon Ratchasima Municipality overall has a working life quality at the moderate level by the following orders : 1) social relevance 2) social integrative constitutionalism 3) growth and job security 4) employees' rights in the organization 5) development of personal capacities 6) safe and healthy environment 7) work-life balance and 8) adequate and fair pay and benefits And Municipal employees in Nakhon Ratchasima Municipality showed a high level of work passion of officers in this research as present in the following orders : 1) intention to contribute organizations' success 2) implication on the decision to remain in the organization 3) advocate for the organization and were constructive with their criticism 4) enjoy membership in the organization 5) intense desire to overcome all obstacles. And Employees' quality of working life demonstrated significant relation to work passion of officers various facets and overall at the statistical level 0.01.

KEYWORDS : Quality of working life, Work passion of officers.

บทนำ

องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มากขึ้น เพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ภายใต้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology) กลายเป็นโลกไร้พรมแดน (Borderless World) ที่สามารถติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงสังคมโลกเข้าด้วยกัน มีการไหลเทของข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว และมีการเข้าถึงโลกของข้อมูล (World Wild Access) ได้มากขึ้น องค์กรจึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้บุคลากรได้เรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความสามารถให้เป็นผู้มีศักยภาพสูงขึ้น เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย ในสังคมยอมรับกันดีว่าองค์กรที่จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ต้องมีบุคลากรที่มีศักยภาพสูง สังคมความรู้ ความสามารถความเชี่ยวชาญเป็นพลังขับเคลื่อนกระบวนการสร้างสรรค์กลยุทธ์เพื่อนำองค์กรไปสู่เป้าหมายสูงสุดขององค์กร จึงเป็นการท้าทายที่ผู้บริหารและผู้ทำงานจะ ต้องตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างค่านิยม วัฒนธรรมที่ดี สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรทุ่มเทกำลังใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพ ควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุขในการทำงาน และเพื่อให้ผู้ที่มีศักยภาพสูงเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย (จำเริญ จิตรหลัง, 2555 : 19-33)

องค์กรต่างๆ ต้องเผชิญกับภาวะการเปลี่ยนแปลงไป เช่น สภาพเศรษฐกิจสังคม คู่แข่ง ฯลฯ ซึ่งมาจากภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งภาวะการดังกล่าวอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของตัวองค์กรได้ โดยส่วนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบเมื่อองค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลงก็คือ ทรัพยากรบุคคล ดังนั้น ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาบุคลากรในองค์กร จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อที่จะได้สามารถเผชิญกับภาวะการต่างๆ การปรับตัวนี้

บุคลากรแต่ละบุคคลจะมีการปรับตัวที่แตกต่างกัน บุคคลที่ปรับตัวได้ไม่ดีก็อาจก่อให้เกิดปัญหา ซึ่งนำไปสู่ภาวะความเครียดในการทำงานได้ ส่วนบุคคลที่สามารถปรับตัวได้ดีก็จะสามารถดำรงชีวิตในการทำงานได้อย่างปกติสุข ทั้งนี้ในการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรในองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ เนื่องจากคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีของบุคลากรในองค์กรจะผลักดันให้บุคคลมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

เทศบาลเป็นองค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนสามารถรู้ปัญหาหรือความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างกว้างขวาง และตอบสนองประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว เทศบาลเป็นหน่วยงานที่มีบุคลากรเป็นคนในพื้นที่และนอกพื้นที่ที่มาปฏิบัติงานเป็นจำนวนมาก จากสภาพปัญหาของเทศบาล เกือบทุกแห่งมีรายได้น้อย บางแห่งไม่มีรายได้เลยตัวเองอย่างพอเพียง ต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ทำให้กรอบอัตรากำลังของพนักงานเทศบาลมีจำกัด จึงจำเป็นต้องจ้างพนักงานจ้างมาปฏิบัติงานแทน พนักงานจ้างต่างก็เป็นผู้ที่มีความสำคัญ ต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ในเรื่องของคุณภาพชีวิตในการทำงานมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการบริหารงานของเทศบาลที่มีต่อท้องถิ่น ปัญหาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานจ้าง เช่น ความไม่มั่นคงก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานขึ้นอยู่กับพิจารณาการต่อสัญญาจ้างของผู้บริหารว่าจะต่อสัญญาจ้างหรือไม่หรือสรรหาคนใหม่เข้ามาทำงานและยังเน้นจากความพึงพอใจของผู้บริหารไม่ใช่จากผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาความสามารถของพนักงานจ้างในเรื่องของการเข้าฝึกอบรมไม่ตรงกับงานที่รับผิดชอบหรือบางคนเข้าฝึกอบรมแต่ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์กับงานที่ปฏิบัติทำให้พนักงานจ้างขาดการพัฒนาในส่วน of พนักงานเทศบาลและลูกจ้างประจำ จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กร ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถใช้ประกอบการพิจารณา และเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของผู้บริหาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากร และเพื่อความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานของบุคลากร ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากร เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาระดับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานและความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร

เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากร แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. ความมุ่งมั่นทุ่มเทของบุคลากร แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์
3. คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร

แนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน (The Quality of Working Life)

Walton (1973) เป็นบุคคลหนึ่งที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานอย่างจริงจัง โดยพิจารณาจากคุณลักษณะของบุคคลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตเน้นแนวทางความเป็นมนุษย์ (Humanistic) ศึกษาสภาพแวดล้อมตัวบุคคลและสังคมที่ส่งผลทำให้การทำงานประสบความสำเร็จผลผลิตที่ได้รับตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลในการทำงาน และได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะสำคัญที่ประกอบขึ้นเป็นคุณภาพชีวิตการทำงานในหนังสือ Criteria for Quality of Working life (1975) แบ่งออกเป็น 8 ประการ คือ

1) การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (Adequate and Fair Compensation) ค่าตอบแทนเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตการทำงานได้ เนื่องจากทุกคนมีความต้องการทางเศรษฐกิจและจะมุ่งทำงานเพื่อให้ได้รับการตอบสนองทางเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการมีชีวิตรอด บุคคลนอกจากจะสร้างความคาดหวังในค่าตอบแทนสำหรับตนแล้ว ยังมองในเชิงเปรียบเทียบกับผู้อื่น ในประเภทของงานแบบเดียวกัน

2) สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ (Safe and Healthy Working Conditions) คือ ผู้ปฏิบัติงานควรจะอยู่ในสภาพแวดล้อมทางด้านร่างกายและสิ่งแวดล้อมของการทำงานที่ป้องกันอุบัติเหตุ และไม่เกิดผลเสียต่อสุขภาพและปลอดภัยซึ่งเป็นการควบคุมสภาพทางกายภาพ

3) ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน (Opportunity for Continued Growth and Security) งานที่ผู้ปฏิบัติได้รับมอบหมายจะมีผลต่อการคงไว้ และการขยายความสามารถของตนเองให้ได้รับความรู้และทักษะใหม่ๆ มีแนวทางหรือโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ที่สูงขึ้น ในลักษณะของคุณภาพชีวิตการทำงาน ตัวบ่งชี้เรื่องความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน

4) โอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคล (Opportunity for Developing and Using Human Capacity) คือ โอกาสในการพัฒนาและใช้ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานตามทักษะและความรู้ที่มี ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าและรู้สึกท้าทายในการทำงาน ได้ใช้ความสามารถในการทำงานเต็มที่ รวมทั้งความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน

5) การบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน (Social integration) คือการที่ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่าคุณค่า ได้รับการยอมรับ และร่วมมือกันทำงานจากกลุ่มเพื่อนร่วมงาน รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนร่วมงาน มีบรรยากาศในการทำงานที่ดี ปราศจากการมีอคติและการทำลายซึ่งกันและกัน

6) สิทธิของพนักงาน (Employee Rights) คือ การมีสิทธิในเรื่องส่วนบุคคล การมีอิสระในการพูด การแสดงความคิดเห็น การใช้สิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาค เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน รวมทั้งสิทธิที่พนักงานควรได้รับจากองค์กร ควรมีความเสมอภาคกัน

7) เวลาทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work and Total Life Space) คือ ลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงานมีผลกระทบต่อบทบาทในชีวิตส่วนตัวของพนักงานอย่างไร ทั้งในเรื่องของเวลาพฤติกรรม ทัศนคติ โดยเฉพาะบทบาท และการแบ่งเวลาชีวิตครอบครัว การพักผ่อน ดังนั้น ควรมีการสร้างความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงาน

8) ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ภายในองค์กรและสังคมภายนอก (Social Relevance of Work) คือ การที่พนักงานมีความรู้สึกว่าการกระทำหรืองานที่ทำนั้น เป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งองค์กรของตนได้ทำประโยชน์ให้สังคม เป็นการเพิ่มคุณค่าความสำคัญ อาชีพและเกิดความรู้สึกภูมิใจในองค์กรของตนเอง

2. แนวคิดเกี่ยวกับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กร (Concepts of Work Passion)

ความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน หมายถึง ความรู้สึกในเชิงบวก หรือสถานะที่เป็นสุขของบุคคล อันเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับองค์กร และด้วยความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ ทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานและพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ มีความปรารถนาอย่างยิ่งที่ต้องการจะทำงาน พยายามทำงานให้สำเร็จบรรลุตามเป้าหมายและเชื่อว่าตนสามารถทำได้ พร้อมทั้งมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองอย่างยิ่งยวด และยังส่งผลให้การแสดงออกทางการกระทำอื่นๆ เป็นการสนับสนุนต่อกิจกรรมขององค์กร (Zigarmi, Houson and Diehl, 2011) คือ

1) ความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร คือ ความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

2) ความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวก คือ ความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรอย่างเต็มที่อันนำไปสู่การปรารถนาที่จะกล่าวรับรององค์กรในทางบวกกับบุคคลอื่น เช่น เพื่อนร่วมงาน ลูกค้าขององค์กร เป็นต้น

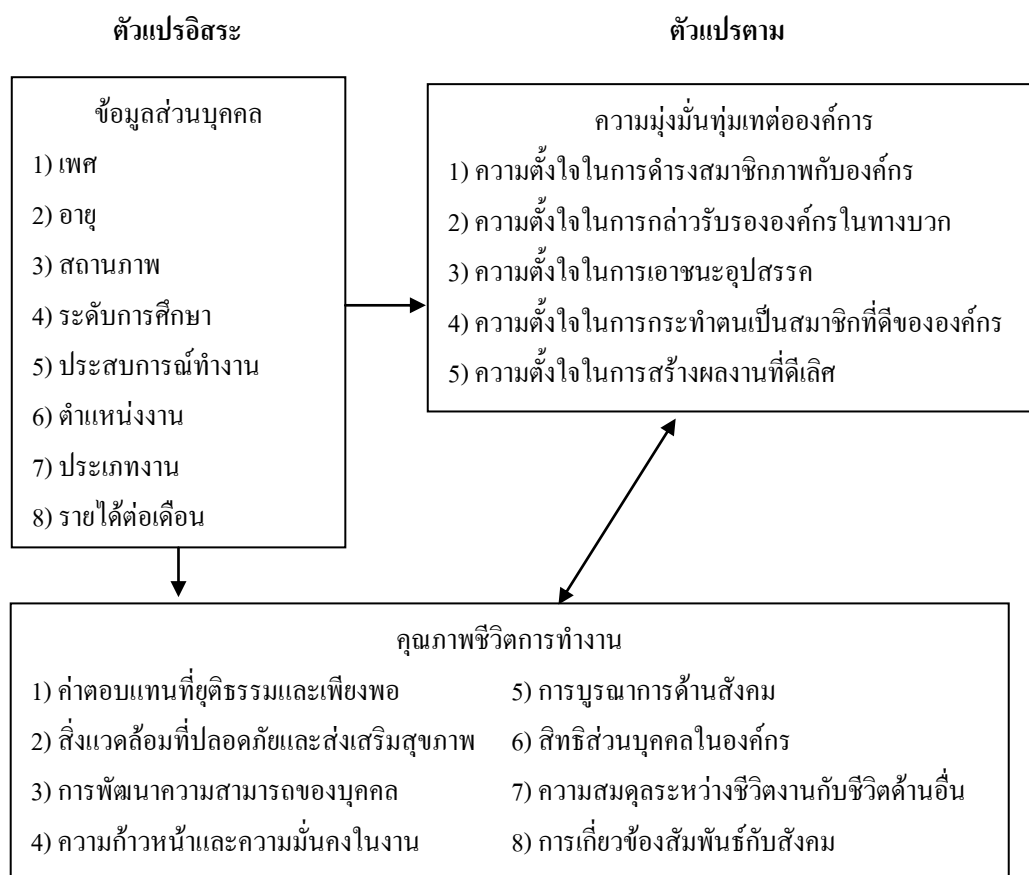
3) ความตั้งใจในการพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค คือ การเพียรพยายาม เข้มแข็งอดทน ไม่ท้อถอยในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายเพื่อบรรลุความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

4) ความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร คือ การปฏิบัติหรือการกระทำที่ไม่ได้อยู่ในหน้าที่ปกติทั่วไปของบุคคลหรืออยู่ในบรรยายลักษณะงานที่บุคคลต้องทำ แต่เกิดจากความสมัครใจของพนักงานเอง ไม่ได้เกี่ยวข้องกับระบบของการให้รางวัล หรือประโยชน์ตอบแทนอย่างเป็นทางการขององค์กร รวมถึงการมีความอดทนอดกลั้นต่อความคับข้องใจ ต่อการถูกรบกวน ความเครียดหรือความกดดันต่างๆ ในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ นอกจากนี้เพื่อให้องค์กรคงอยู่และเกิดประสิทธิภาพ บุคคลจะต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ยอมรับ ปฏิบัติตามกฎระเบียบและช่วยสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

5) ความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ คือ ความทุ่มเท อุทิศกำลังกายและกำลังใจ อย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ที่ความรับผิดชอบ และหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งปรารถนาที่จะปฏิบัติงานให้ได้ผลดียิ่งๆ ขึ้นไป เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายสูงสุดขององค์กร และมองว่างานเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของชีวิต

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรนั้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์งานวิจัยของ มนเสถียร ประชาศิลป์ชัย (2555) ตลอดจนศึกษาแนวคิดของ Walton (1973) เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน และแนวคิดของ Zigarmi, Houson and Diehl (2011) เกี่ยวกับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กร มาเป็นกรอบในการวิจัย ดังภาพต่อไปนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ มุ่งศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากรเทศบาลใน จังหวัดนครราชสีมา ประชากร ได้แก่ บุคลากรของเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5,659 คน ซึ่งคัดเลือกจากเทศบาลนคร เทศบาลเมือง และเทศบาลขนาดกลาง ที่มีบุคลากรตั้งแต่ 50 คนขึ้นไป คัดเลือกได้เทศบาลมา 45 เทศบาล จากเทศบาลที่มีอยู่ทั้งหมด 90 เทศบาล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553 : 60-61) และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 374 คน จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยวิธีการคำนวณของ Taro Yamane (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553 : 45)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Multiple Choices) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน จำนวน 40 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ระหว่าง 0.59-0.86 ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กร จำนวน 25 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรอยู่ระหว่าง 0.75-0.91 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามและจัดส่งทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 ชุด และดำเนินการติดตามแบบสอบถามทางโทรศัพท์ ได้รับกลับคืน จำนวน 374 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และมีเกณฑ์การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และแบบสอบถามส่วนที่ 3 ได้แก่ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง ความคิดเห็นตรงกับความเป็นจริงในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง ความคิดเห็นตรงกับความเป็นจริงในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง ความคิดเห็นตรงกับความเป็นจริงในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง ความคิดเห็นตรงกับความเป็นจริงในระดับมาก ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นตรงกับความเป็นจริงในระดับมากที่สุด การทดสอบสมมติฐานด้วย ค่า t-test และ ค่า F-test โดยการทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา

สรุปผลการวิจัย

1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ บุคลากรเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 374 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 62.30 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 34.49 สถานภาพสมรส จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 56.69 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 54.28 มีประสบการณ์ทำงาน 11 ปี ขึ้นไป จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 43.58 ซึ่งไม่ใช่ผู้บริหาร จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 70.59 พนักงานเทศบาล จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 67.11 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 67.65

2) คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากร เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$; S.D = 0.47) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสังคมมากที่สุด ($\bar{x} = 3.70$; S.D = 0.61) รองลงมา ได้แก่ ด้านการบูรณาการด้านสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$; S.D = 0.63) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$; S.D = 0.66) ด้านสิทธิส่วนบุคคลในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$; S.D = 0.67) ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.23$; S.D = 0.67) ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.12$; S.D = 0.62) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตด้านอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.04$; S.D = 0.54) และด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.85$; S.D = 0.70)

3) ความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร เทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$; S.D = 0.45) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$; S.D = 0.59) รองลงมา ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$; S.D = 0.62) ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$; S.D = 0.64) ด้านความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$; S.D = 0.55) และด้านความตั้งใจในการเอาชนะอุปสรรค อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.49$; S.D = 0.44)

4) คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร โดยภาพรวม (0.46**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1) ตามสมมติฐานที่ 1 พบว่า บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิทธิส่วนบุคคลในองค์กรแตกต่างกัน สถานภาพแตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอแตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล และด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานแตกต่างกัน ประสบการณ์ทำงานแตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการบูรณาการด้านสังคมและด้านความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตด้านอื่นแตกต่างกัน ตำแหน่งงานแตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านสิทธิส่วนบุคคลในองค์กร และด้านการเกี่ยวข้องกับสังคมแตกต่างกัน รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตในการทำงานทุกด้านแตกต่างกัน

2) ตามสมมติฐานที่ 2 พบว่า บุคลากรที่มีเพศแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นทุ่มเทโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน อายุแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นทุ่มเทด้านความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรแตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นทุ่มเทด้านความตั้งใจในการเอาชนะอุปสรรค ด้านความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศแตกต่างกัน ประสบการณ์ทำงานแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นทุ่มเทด้านความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรแตกต่างกัน ตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นทุ่มเทด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก ด้านความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศแตกต่างกัน ประเภทงานแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นทุ่มเทด้านความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรแตกต่างกัน รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความมุ่งมั่นทุ่มเทด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก และด้านความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรแตกต่างกัน

3) ตามสมมติฐานที่ 3 คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร โดยภาพรวม (0.46**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

1) คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในด้านการเกี่ยวข้องกับสังคม ด้านการบูรณาการด้านสังคม อยู่ในระดับมาก และด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความภูมิใจที่ได้สร้างความสำเร็จและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีส่วนร่วมในการทำประโยชน์ต่อชุมชน เพื่อนร่วมงานเป็นมิตรและได้รับการช่วยเหลือในเรื่องงาน หน้าที่ที่รับผิดชอบมีความสำคัญและได้รับการมอบหมายงานที่ใช้ความสามารถสูง องค์กรยังเปิดโอกาสให้ได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ผลที่พบนี้สนับสนุนตามแนวคิดของ Walton (1973) ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน คือ การที่ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่ามีคุณค่า ได้รับการยอมรับ และร่วมมือกันทำงานจากกลุ่มเพื่อนร่วมงาน รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนร่วมงาน มีบรรยากาศในการทำงานที่ดี ปราศจากการมีอคติและ

การทำลายซึ่งกันและกัน ด้านความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ภายในองค์กรและสังคมภายนอก คือ การที่พนักงานมีความรู้สึกว่า กิจกรรมหรืองานที่ทำนั้น เป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งองค์กรของตนได้ทำประโยชน์ให้สังคม เป็นการเพิ่มคุณค่าความสำคัญ อาชีพและเกิดความรู้สึกภูมิใจในองค์กรของตนเอง และความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน งานที่ผู้ปฏิบัติได้รับมอบหมายจะมีผลต่อการคงไว้ และการขยายความสามารถของตนเองให้ได้รับความรู้และทักษะใหม่ๆ มีแนวทางหรือโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ที่สูงขึ้น ในลักษณะของคุณภาพชีวิตการทำงาน ตัวบ่งชี้เรื่องความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ งามจิต แต่สุวรรณ (2550) ได้ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ พบว่า ข้าราชการมีลักษณะคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและสุขภาพอนามัย อยู่ในระดับดีมากและด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน อยู่ในระดับดีปานกลาง โดยมีทิศแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านการสร้างกลุ่มสัมพันธ์ภายในองค์กร การส่งเสริมการมีส่วนร่วม การปรับปรุงบรรยากาศในองค์กร อยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัย พบว่า มีบางประเด็นที่ต้องปรับปรุงและพัฒนา ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตด้านอื่น และด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ

2) ความมุ่งมั่นทุ่มเทของบุคลากรเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา ในด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ ด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความตั้งใจทำงานเพื่อความสำเร็จในชีวิต มีความทุ่มเทให้กับงานอย่างเต็มที่เพื่อช่วยขับเคลื่อนให้องค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ มีความรักและต้องการทำงานให้กับองค์กรนานที่สุด มีความห่วงใยชื่อเสียงขององค์กร และรับรองว่าองค์กรเป็นองค์กรที่ดี ผลที่พบนี้สนับสนุนตามแนวคิดของ Zigarmi, Houson and Diehl (2011) ด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร คือ ความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไปเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ด้านความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวก คือ ความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรอย่างเต็มที่อันนำไปสู่การปรารถนาที่จะกล่าวรับรององค์กรในทางบวกกับบุคคลอื่น เช่น เพื่อนร่วมงาน ลูกจ้างขององค์กร ด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ คือ ความทุ่มเท อุทิศกำลังกายและกำลังใจ อย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ และหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งปรารถนาที่จะปฏิบัติงานให้ได้ผลดียิ่งๆ ขึ้นไป เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายสูงสุดขององค์กร และมองว่างานเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนเสถฐ ประชาศิลป์ชัย (2555) ได้ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงาน จิตลักษณะ การถ่ายทอดทางสังคมในองค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน : กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่า พนักงานที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานสูง มีความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงานโดยรวมสูงกว่าพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานต่ำ โดยพบเด่นชัดในความมุ่งมั่นทุ่มเท 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร ด้านการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก ด้านการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และด้านการสร้างผลงานที่ดีเลิศ จากผลการวิจัย พบว่า มีบางด้านเมื่อพิจารณารายละเอียดแล้วพบประเด็นที่ต้องปรับปรุงและพัฒนา ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการเอาชนะอุปสรรค ด้านความตั้งใจในการกระทำตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก

3) คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิวิมล ขามศิริ (2555) ได้ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาล สังกัดเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานกับคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมของพนักงานเทศบาลสังกัดเทศบาลนครเชียงใหม่ มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก ($R = 0.723$) และเมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติพบว่า ปัจจัยด้านจิตใจ ปัจจัยด้านจิตวิญญาณ และปัจจัยด้านความมั่นคงในชีวิต ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมของพนักงานเทศบาลสังกัดเทศบาลนครเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ข้อเสนอแนะ

1) คุณภาพชีวิตในการทำงาน ผู้บริหารมีการพิจารณาการเลื่อนขั้นเงินเดือนให้เกิดความเสมอภาค มีการประกาศชี้แจงหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างทั่วถึง คำนึงถึงการทำงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานให้มากกว่าเดิม ในบางตำแหน่งมีการกีดกัน ผลการปฏิบัติงานย่อมมีความแตกต่างกัน คำนึงถึงการทำงานของบุคลากรที่ตั้งใจปฏิบัติงาน ควรที่จะได้รับค่าตอบแทนหรือสวัสดิการด้านอื่นเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เช่น การมอบประกาศเกียรติคุณผู้ปฏิบัติงานดีเด่นประจำเดือนหรือการเลื่อนขั้นในกรณีพิเศษสำหรับผู้มีผลงานดีเด่น การเลื่อนขั้นเงินเดือนพิจารณาตามความเหมาะสมและตรงกับงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งในบางครั้งการพิจารณาจากผลงานปฏิบัติงานจริงจะช่วยให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทและเต็มใจ พิจารณาให้มีค่าตอบแทนนอกเวลาเมื่อต้องมีการปฏิบัติงานนอกเหนือเวลางาน เพื่อเป็นสวัสดิการและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ควรส่งเสริมให้บุคลากรในหน่วยงานมีอาชีพเสริมจากการทำงาน และควรมีกิจกรรมการส่งเสริมการออกกำลังกาย สัปดาห์ละ 1 วัน อย่างน้อย 1-2 ชั่วโมง เพื่อลดความเครียดจากการทำงาน ส่งเสริมสุขภาพให้ร่างกายและสร้างความสามัคคีในหน่วยงาน และการสนับสนุนให้มีตรวจสุขภาพแก่บุคลากรและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก ปรับภูมิทัศน์สถานที่ทำงานให้น่าอยู่ทำงาน ควรมีการจัดสรรเวลาหรือปฏิทินการปฏิบัติงานเพื่อลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน และบางตำแหน่งมีการกีดกันที่ต้องทำหลายอย่างซึ่งบางครั้งต้องใช้เวลาในการปฏิบัติให้เสร็จเพิ่มอัตราค่าจ้างในส่วนที่มีภารกิจมาก เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่

2) ความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กร ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีบทบาทหน้าที่ต่างๆ ที่มีความสามารถนอกเหนือจากงานประจำหรืองานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บุคลากรได้ทำงานกับเพื่อนร่วมงานคนใหม่ๆ หรือสิ่งแวดล้อมใหม่ และสามารถพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพสูงได้ มีความมุ่งมั่นทุ่มเทในงานนั้นๆ ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับบุคลากรอย่างเท่าเทียมกันและรับปัญหาหรือข้อเสนอแนะต่างๆ จากบุคลากร เพื่อนำไปแก้ไขหรือนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพอย่างเท่าเทียมกับองค์กรอื่นๆ ทำให้องค์กรต่างๆ สามารถยอมรับได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและประเมินผลการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความมุ่งมั่นทุ่มเทของบุคลากรเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา

2. การศึกษาเปรียบเทียบ ติดตามและประเมินผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อองค์กรของบุคลากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา รูปแบบองค์การบริหารส่วนตำบล

เอกสารอ้างอิง

งามจิตต์ ศุภวรรณ. 2550. “คุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการ กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ.”

วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์มหาวิทยาลัย (การบริหารนโยบายสวัสดิการสังคม)

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จำเริญ จิตรหลัง. 2555. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีที่ 21 : 19-33.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2553. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.

มนเสถียร ประชาศิลปชัย. 2555. “คุณภาพชีวิตในการทำงาน จิตลักษณะ และการถ่ายทอดทางสังคมในองค์กรกับ

ความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน : กรณีศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง.” วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศศิวิมล ขามศิริ. 2554. คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาล สังกัดเทศบาลนครเชียงใหม่ การค้นคว้า

อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Walton, R. E. 1973. Quality of Working Life: What is it? **Sloan Management Review**. 15 (Fall) : 12-16.

Walton, R. E. 1975. **Criteria for quality of work life**. In: DAVIS, L. E. et al. Quality of work life: problems, projects and the state of the art. New York: Macmillian, p. 91-104.

Zigarmi, D. Nimon; Houson, D. ; Witt, D. and Diehl, J. 2011. **Employee Work Passion**.

สมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในประเทศไทย
ORGANIZATIONAL COMPETENCY FOR MANAGEMENT DIGITAL
TELEVISION STATION SYSTEM IN THAILAND

ทัศนลักษณ์ ปัตตพงศ์ภัก

นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

E-mail: tassaluck_firstie@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลงานวิจัยเรื่องแนวทางการจัดการสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในระบบดิจิทัลในประเทศไทยซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกและสมรรถนะของการจัดการ ของสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในประเทศไทยรวมทั้งวิเคราะห์และเสนอแนวทางการจัดการสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานรวมทั้งผู้เกี่ยวข้องและผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับกับสถานีโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีจำนวน 378 คนรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีประสบการณ์จำนวน 17 คน การรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เทคนิควิธีการและสถิติที่ใช้ในการอธิบายข้อมูลได้แก่ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสำคัญที่ใช้ได้แก่ค่า t, ค่า F และค่าสัมประสิทธิ์แห่งการตัดสินใจ บทความนี้มีวัตถุประสงค์จะนำเสนอเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในประเทศไทย ซึ่งได้ผลสรุปว่าสถานีโทรทัศน์มีสมรรถนะโดยรวมในด้านปัจจัยนำเข้าและกระบวนการด้านการจัดการอยู่ในสมรรถนะระดับมาก ปัจจัยนำเข้าและปัจจัยกระบวนการที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ของสถานีโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ การเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และการให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของสมรรถนะด้านผลลัพธ์ได้ร้อยละ 87

คำสำคัญ : สมรรถนะของสถานีโทรทัศน์ การจัดการระบบดิจิทัล

ABSTRACT

This article is the part of the research about the Approach to Free Television Station Management in Digital System in Thailand. The aim was to analyze the internal, external environment and Competency for the Television Station Management. The purpose of this research aims to study the approach to Digital Television Station System Management in Thailand and to determine the regulation on the digital television transition period in Thailand. The population of this research is practitioners and those who involved with the Television Station. The 378 samples opinions were collected by the questionnaires and analyzed by multiple regression

analysis. This article aims to present only one specific issue which related to the organization competency management for the television Station. Statistics that used to test hypotheses include the t, F and the coefficient of determination. This article aims to analyze only the specific issues about the competency management for digital Television stations. This shows that the overall competency of the Television Station of the input and the process management are high. Inputs and process factors that affect the outcome of the television stations are statistically significant the factors of Knowledge Management, Organizational Flexibility and giving priority to the customer service. The factors explained the competency results of 87.

KEYWORDS: Competency for Television Station, Management in Digital System

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ได้กลายเป็นอำนาจหน้าที่กำหนดความเปลี่ยนแปลงแก่ทุกภาคส่วน นอกเหนือไปจากการเป็นกลไกเอาชนะระยะทางและเวลาที่ทำให้โลกในยุคโลกาภิวัตน์ไปสู่ทิศทางเดียวกัน บทบาทของเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยเฉพาะด้านการสื่อสารนั้นได้นำมาซึ่งผลกระทบในระดับ "การปฏิวัติ" ชื่อ ว่าเป็นปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารและระบบการสื่อสารเชื่อมต่อถูกเปลี่ยนไป เป็นภาษาและรูปแบบอย่างใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ดาวเทียมสื่อสาร อินเทอร์เน็ต ใยแก้วนำแสง เคเบิลทีวี กระจายโทรทัศน์ เป็นต้น และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า "สื่อใหม่" หรือ New Media อันหมายถึง ระบบการสื่อสารที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายที่รวดเร็ว ไร้พรมแดน นำมาซึ่งกระบวนการทัศน์ใหม่ในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับข้อมูลข่าวสารหรือโลกรอบตัว ที่ว่า "ข้อมูลข่าวสารคืออำนาจ" วิชาการ และวิชาชีพในการบริหารงานสื่อสารมวลชนแตกต่างไปจากศาสตร์สาขาบริหารซึ่งเป็นศาสตร์พัฒนาที่มีมาก่อน ไม่ว่าจะเป็นบริหารธุรกิจที่มุ่งเน้นการขยายผลผลิต บริหารรัฐกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการ แต่การขยายความคิดและวัฒนธรรม กลับไม่มีผู้คนสนใจทั้งๆ ที่การขยายความคิดและวัฒนธรรมซึ่งเป็นนามธรรมนั้นมีความสำคัญในการส่งเสริมคุณภาพของคน สื่อมวลชนมีหน้าที่ขยายความคิดและวัฒนธรรมจึงเป็นอาชีพที่ได้รับการคุ้มครอง เนื่องจากส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบความคิดของผู้คนในสังคม ความถูกต้อง ความทันเหตุการณ์ และความเป็นกลางเป็น เป้าหมายของวิชาชีพนี้จึงแตกต่างไปจากหลักการบริหารงานด้านอื่นๆ (Clay Shirky:2008) จากพัฒนาการของ วงการโทรทัศน์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วและในปัจจุบันกล่าวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สามารถสร้างรายได้ หมุนเวียนในประเทศอย่างมหาศาลในแต่ละปีสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัด คือการมีบทบาทในการพัฒนาสังคมไทย ให้เติบโตก้าวหน้าไปพร้อมๆ กันทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อสำคัญที่ส่งผลต่อพัฒนาการทางสังคมไทยและการความเจริญก้าวหน้าของประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และหากมองให้เป็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาประเทศก็อาจจะทำได้เช่นกัน เพราะวันนี้คงไม่มีใครปฏิเสธว่า สื่อ โทรทัศน์มีบทบาทสูงมากกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของข่าวสาร ข้อมูล ความบันเทิง แฟชั่น ฟุตบอล ฯลฯ แม้จะมีสื่อคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์มือถือและ Social network ต่างๆ มากมายเข้ามาเป็น ส่วนหนึ่งในชีวิตของคนวันนี้ก็ตามการปฏิรูปสื่อโทรทัศน์ครั้งใหญ่ที่กำลังเกิดขึ้นในประเทศไทยในปี 2556 โดย

การเปลี่ยนผ่านระบบการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์จากระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ทำให้ประเทศไทยเกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัล หรือดิจิทัลทีวี อย่างเต็มรูปแบบเช่นเดียวกับที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก

บทความนี้มีวัตถุประสงค์จะนำเสนอเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในประเทศไทย

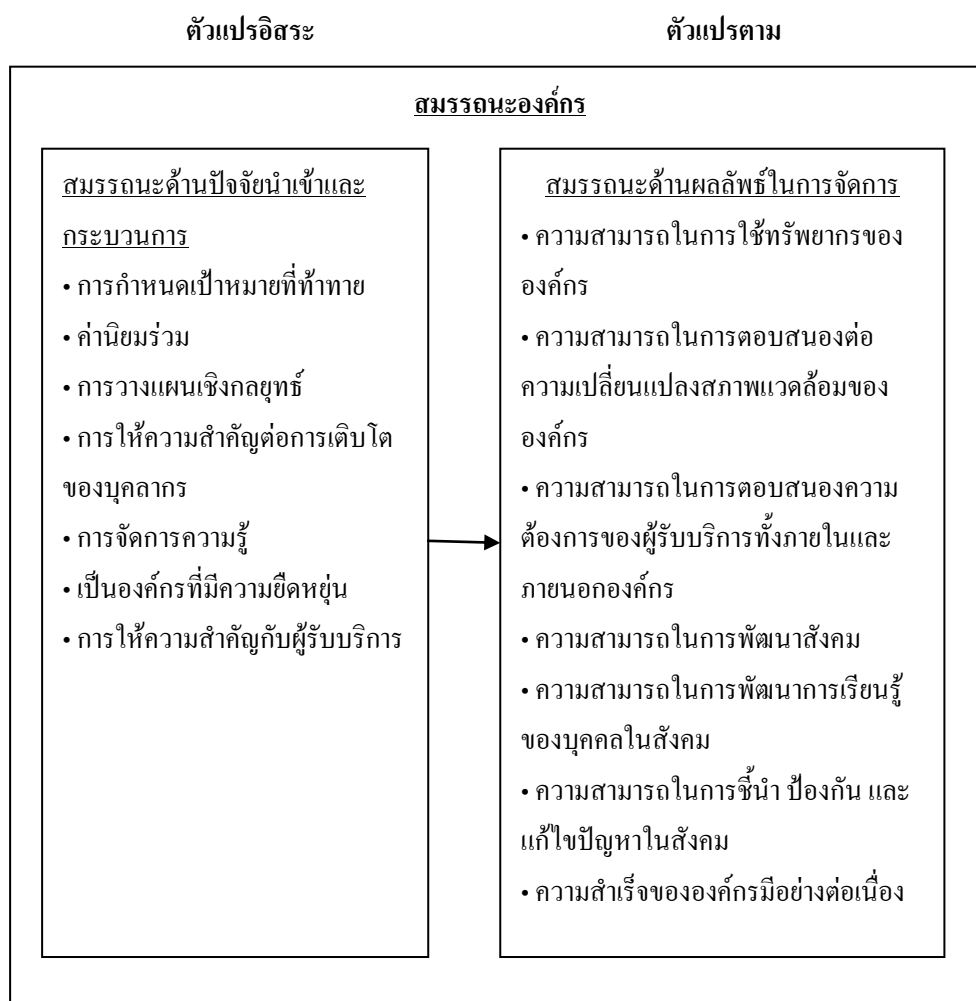
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์สมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในประเทศไทย

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาวิจัยในเรื่องแนวทางการจัดการสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในระบบดิจิทัลในประเทศไทย ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กร การจัดการความรู้(KM) การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRM) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HRD) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะองค์กร (OC) และองค์กรสมรรถนะสูง (HPO) ของ Frank Buytendijk และเกณฑ์คุณภาพมาตรฐานสำหรับการดำเนินงานของ Malcolm Baldrige (MBNQA) ทฤษฎีระบบการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ (SMA) การวิเคราะห์ความพร้อมในการบริหารเชิงกลยุทธ์ Strategic Readiness System (SRS) รวมถึงการวิเคราะห์แบบ SWOT ANALYSIS รวมทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ภายในและภายนอกของการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในประเทศไทย การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยองค์กรที่ส่งผลต่อสมรรถนะขององค์กร การวิเคราะห์นโยบายและหลักเกณฑ์เกี่ยวกับโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลตลอดจนการวิเคราะห์และเสนอแนวทางการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวี

การวิจัยในครั้งนี้กระทำโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีการจัดการ ตลอดจนผลงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และข้อมูลเบื้องต้น มาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการจัดการสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในระบบดิจิทัลในประเทศไทย โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังแสดงในภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดสมรรถนะของการจัดการสถานีโอโรทันในในระบบดิจิทัลในประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปฏิบัติงานของสถานีโอโรทันประเภทฟรีทีวี กระทำโดยการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 378 คน การสุ่มตัวอย่างใช้เทคนิควิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างมีสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่คำนวณได้ และผลการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่คำนวณได้ทุกค่ามีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปพบว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31–44 ปี ร้อยละ 73.3 รองลงมา มีอายุ 25–30 ปี ร้อยละ 19.3 มีอายุ 45–50 ปี ร้อยละ 4.8 มีอายุ 51– 54 ปี ร้อยละ 1.9 มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 0.5 และมีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ขั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.2 รองลงมา มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 27.0 และมีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 23.8 ตามลำดับหน่วยงานที่สังกัดกลุ่มตัวที่ปฏิบัติงาน ช่อง 3 มีร้อยละ 23.3 รองลงมาเป็นผู้ปฏิบัติงานในช่อง 5 มีร้อยละ 22.0 ปฏิบัติงานช่อง 9 ร้อยละ 20.4 ปฏิบัติงาน ช่อง 7 ร้อยละ 19.8 ปฏิบัติงานช่อง ไทยพีบีเอส ร้อยละ 7.9 และปฏิบัติงานช่อง 11 ร้อยละ 6.6 ตามลำดับ ตำแหน่งงานปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างมีตำแหน่งงานเป็นผู้ประกาศข่าว/พิธีกรรายการ ร้อยละ 49.7 รองลงมาเป็นผู้ผลิตรายการ ร้อยละ 27.5 เป็นผู้สื่อข่าว ร้อยละ 19.0 และเป็นผู้บริหารองค์กร ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ รายได้ประจำต่อเดือนกลุ่ม ตัวอย่าง มีรายได้ประจำต่อเดือนมากที่สุดระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 48.4 รองลงมา รายได้ประจำต่อ เดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 3.7 ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 1.3 และต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ ประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับ สถานีโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์มากที่สุดคือ 11-20 ปี ร้อยละ 49.7 รองลงมา มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์ระหว่าง 5-10 ปี ร้อยละ 43.1 มี ประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 3.7 และมีประสบการณ์ในการ ทำงานที่เกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์ 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยของระดับสมรรถนะด้านปัจจัยนำเข้าและกระบวนการด้านการจัดการของสถานีโทรทัศน์

ระดับสมรรถนะด้านปัจจัยนำเข้าและกระบวนการ ด้านการจัดการของสถานีโทรทัศน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
1. การกำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย	3.8286	.41154	มาก
2. การมีค่านิยมร่วม	3.8492	.38680	มาก
3. การวางแผนเชิงกลยุทธ์	3.8968	.41212	มาก
4. การให้ความสำคัญต่อการเติบโตของบุคลากร	3.9079	.38869	มาก
5. การจัดการความรู้	3.9228	.37592	มาก
6. การเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น	3.9487	.37454	มาก
7. การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ	3.9788	.36219	มาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะองค์กรของกลุ่มตัวอย่างทั้งในด้านปัจจัยนำเข้า และกระบวนการจัดการและผลลัพธ์ด้านการจัดการพบว่าสมรรถนะด้านปัจจัยนำเข้าและกระบวนการในด้านการ จัดการสถานีโทรทัศน์ มีสมรรถนะเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากทุก ด้านย่อยได้แก่ ด้านการกำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย ด้านการมีค่านิยมร่วม ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ด้านการให้ ให้ความสำคัญต่อการเติบโตของบุคลากร ด้านการจัดการความรู้ ด้านการเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่นและด้านการให้

ความสำคัญกับผู้รับบริการ เมื่อพิจารณาสมรรถนะโดยเรียงลำดับความมากน้อยของสมรรถนะในแต่ละด้านพบว่าสถานีโอโรทันมีสมรรถนะสูงสุดในการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการในขณะที่ด้านการกำหนดเป้าหมายที่ทำทนายอยู่ในลำดับสุดท้าย

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยของระดับสมรรถนะด้านผลลัพธ์ด้านการจัดการของสถานีโอโรทัน

ระดับสมรรถนะด้านผลลัพธ์ด้านการจัดการของสถานีโอโรทัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ความสามารถในการใช้ทรัพยากรขององค์กร	3.8286	.41154	มาก
2. ความสามารถในการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมขององค์กร	3.8492	.38680	มาก
3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร	3.8968	.41212	มาก
4. ความสามารถในการพัฒนาสังคม	3.9079	.38869	มาก
5. ความสามารถในการพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคลในสังคม	3.9228	.37592	มาก
6. ความสามารถในการขึ้น ป้องกัน และแก้ไขปัญหในสังคม	3.9487	.37454	มาก
7. ความสำเร็จขององค์กรอย่างต่อเนื่อง	3.9487	.37454	มาก
ระดับสมรรถนะของสถานีโอโรทัน	3.9788	.36219	มาก

จากตารางพบว่า ข้อคำถามที่เป็นตัวชี้วัดคุณลักษณะของปัจจัยนำเข้าและกระบวนการด้านการบริหารของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันอยู่ในระดับมาก ระดับสมรรถนะของสถานีโอโรทันที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ตัวแปรระดับสมรรถนะของสถานีโอโรทันมีค่า 3.9788 รองลงมาคือ ตัวแปรความสามารถในการขึ้น ป้องกัน และแก้ไขปัญหในสังคม ตัวแปรความสำเร็จขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ตัวแปรความสามารถในการพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคลในสังคม ตัวแปรความสามารถในการพัฒนาสังคม ตัวแปรด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตัวแปรความสามารถในการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมขององค์กร และมีค่าน้อยที่สุด คือตัวแปรความสามารถในการใช้ทรัพยากรขององค์กรมีค่า 3.8286 ตัวแปรทุกตัวมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใกล้เคียงกันอยู่ระหว่าง .36219 ถึง .41212

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้าและกระบวนการกับผลลัพธ์ด้านการจัดการ
สถานีโทรทัศน์

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
3 (Constant)	.587	.071			8.254	.000
C7	.488	.059	.518		8.225	.000
C5	.252	.050	.278		5.034	.000
C6	.145	.041	.159		3.521	.000

Adjusted R Square = .867 F Statistics=822.866 Prob.F Statistics=0.00 D= ตัวแปรตาม หมายถึงสมรรถนะด้าน
ผลลัพธ์ตัวแปรตาม

C5: หมายถึงการจัดการความรู้

C6: หมายถึงการเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น

C7: หมายถึงการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้าและกระบวนการกับผลลัพธ์ด้านการจัดการ จากการ
วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยนำเข้าของกระบวนการจัดการที่มีผลต่อผลลัพธ์ด้านการจัดการพบว่าปัจจัย
นำเข้าและกระบวนการที่มีผลต่อผลลัพธ์ด้านการจัดการที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย
การจัดการความรู้ การเป็นองค์กรแห่งความยืดหยุ่น และการให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ และพบว่าปัจจัยนำเข้าและ
กระบวนการที่มีผลต่อผลลัพธ์ด้านการจัดการอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วยกำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย
การมีค่านิยมร่วม การวางแผนเชิงกลยุทธ์ และการให้ความสำคัญต่อการเติบโตของบุคลากร

อภิปรายผล

จากการศึกษาระดับสมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในประเทศไทยพบว่า
สถานีโทรทัศน์ยังมียุทธศาสตร์หลักอยู่สามประเด็นคือ 1) การจัดการความรู้ 2) การเป็นองค์กรแห่งความ
ยืดหยุ่น 3) การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ หากองค์กรให้ความสำคัญมากขึ้นต่อสามยุทธศาสตร์หลักจะทำให้
สถานีโทรทัศน์มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นในช่วงเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์สู่ระบบดิจิทัล

การพัฒนาการจัดการสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลให้เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงสถานีโทรทัศน์เน้น
ด้านการผลิตรายการเพราะสามารถตอบโจทย์ผู้ชมได้อย่างชัดเจนว่าผู้ชมรายการมีการตอบสนองอย่างไร หนึ่งใน
ผู้บริหารให้ข้อมูลการจัดการสถานีในยุคดิจิทัลว่ากระทำโดยยึดหลัก 7C's การทำโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลนั้นเต็มไปด้วย
โอกาส ความท้าทายและความสนุกสนาน เป็นเรื่องที่ดีที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะได้ทดลองทำสิ่งใหม่ๆ ที่
สื่อยุคเก่าไม่สามารถทำได้ หากจับหัวใจสำคัญของการทำโทรทัศน์ได้ ก็คือ “Content, Cost, Consumer,
Competition, Convergence, Centric Content, และ Community” นั้นหมายความว่างานผลิตรายการโทรทัศน์
ปัจจุบันคงไม่สามารถคิดผลิต ตัดต่อ ออกอากาศ แต่จะต้องคิดอย่างบูรณาการมากขึ้นกว่าเดิม ควรให้ความสำคัญ

ด้านการจัดผังรายการโทรทัศน์นับว่าเป็นการดำเนินงานในเชิงกลยุทธ์ที่จะต้องมีกระบวนการอย่างเป็นระบบ มีการวางแผน ค้นหา คัดเลือกรายการ พัฒนารายการใหม่ๆ และนำรายการเดิมที่มีอยู่มาจัดตารางการออกอากาศให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับชมของกลุ่มเป้าหมาย หรือในอีกมุมมองหนึ่งในเชิงการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดผู้บริโภค เมื่อเปรียบสถานีโทรทัศน์ว่าเป็นร้านค้าหรือห้างร้านที่นำสินค้าไปจำหน่าย รายการโทรทัศน์ที่บรรจุลงในผังรายการเพื่อนำเสนอออกอากาศก็เปรียบเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กร ผู้ที่เป็นผู้ชมย่อมต้องการสินค้าที่ดี มีคุณภาพตรงตามความต้องการ ดังนั้นการจัดผังรายการโทรทัศน์ที่ดีและมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ชม ก็คือ สินค้าสำคัญของสถานีที่จะช่วยสร้างแรงดึงดูดใจให้ผู้ชมติดตามชมหันมาติดตามชมรายการและเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไปได้ ถือเป็นการสร้างความภักดีต่อสถานี (Station Loyalty) โดยผู้ชมเกิดพฤติกรรมเปิดรับชมรายการของสถานีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ทำหน้าที่จัดผังรายการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องเป็นนักวางกลยุทธ์ที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงปัจจัยภายในและภายนอกของการดำเนินการกิจการสถานีโทรทัศน์ มีความสามารถในการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ให้รู้ถึง จุดแข็ง จุดอ่อน จากสภาพแวดล้อมภายใน รวมทั้งโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT มากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการจัดผังรายการที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของผู้ชมรายการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อมูลดังกล่าวทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญการจัดการความรู้โดยศึกษาจากการพิจารณาคุณลักษณะของสถานีให้มีการส่งเสริมด้านการรับฟังและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของผู้ปฏิบัติงาน และการนำความรู้ไปใช้งานจริง ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่นสถานีควรมุ่งเน้นให้มีการปรับโครงสร้าง/กิจกรรม/ผังรายการเป็นประจำ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมภายนอก ปัจจัยสุดท้ายด้านการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ สถานีควรเพิ่มความเข้มแข็งโดยจัดให้มีการประเมินความคิดเห็น/ความต้องการ/ความพึงพอใจรายการต่างๆของผู้บริโภคให้เป็นประจำและการนำผลการประเมินความคิดเห็น/ความต้องการ/ความพึงพอใจของผู้บริโภคมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาสถานีโทรทัศน์

รายการอ้างอิง

- พสุ เดชะรินทร์. (2550). องค์การแห่งการเรียนรู้. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการรายสัปดาห์.
- _____ (2549). รายงานผลการศึกษาพัฒนารูปแบบเบื้องต้นของหน่วยงานภาครัฐองค์กรที่มีขีด
สมรรถนะสูง, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์. (2547). แนวคิดเรื่องสมรรถนะ เรื่องเก่าที่เรายังหลงทางมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
หน้า 57 – 72.
- จิตตานันท์ ทองทัพบ. (ม.ป.ป.). การวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการสื่อสารของเครือข่ายสังคมประเภทความรู้.
ศิลปศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ <http://ทีวีดิจิตอล.ไทย>
- Frank Buytendijk, “Five Keys to Building High Performance Organization”, **Business Performance Management Magazine**, February, 2006.

Malcolm Brady, & Aidan Walsh. (2008). Setting strategic direction: a top down or bottom up process. **Business Strategy Series**, 9(1), 5-11.

การศึกษาแนวทางพัฒนาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและ
ประสิทธิผล ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2
**A STUDY OF GUIDELINES FOR DEVELOPMENT OF DEMOCRATIC
ADMINISTRATION BEHAVIORS OF ADMINISTRATORS
AND EFFECTIVENESS OF SCHOOLS UNDER TAK PRIMARY EDUCATION
SERVICE AREA OFFICE 2**

ประมวลรัตน์ พันธุเขตต์การณ์
นักศึกษาปริญญาโท คณะครุศาสตร์ สาขาวิชาบริหารการศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
E-mail : like_update@hotmail.com
รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริย์ ผลประเสริฐ
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
E-mail : paiaree_pol@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 2) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 4) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ข้าราชการครูและผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 จำนวน 312 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป คำนวณหาค่า ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร ด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน ด้านการประสานงาน ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแห่งปัญญา ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2. ประสิทธิภาพ ด้านการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตย ของผู้บริหาร และ ประสิทธิภาพของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า พฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารทั้ง 3 ด้าน กับประสิทธิผลของโรงเรียน ทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแก้ปัญหา มีความสัมพันธ์ในทางบวกสูงสุด และด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่ำสุด

4. แนวทางพัฒนาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร ด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกัน และกัน อันดับแรก คือ รับฟังความคิดเห็นและให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมรับผิดชอบด้านการประสานงาน อันดับแรก คือ ผู้บริหารมีมนุษยสัมพันธ์ในเชิงบวกทุกด้าน การยิ้มแย้ม ร่าเริง เบิกบาน การทักทาย มีบุคลิกภาพที่ทำงานด้วยความสุข ความเชื่อมั่นในวิธีการแก้ปัญหา อันดับแรกคือ การตัดสินใจของผู้บริหารอยู่บนพื้นฐานของหลักเหตุผล มีความรอบรู้ รอบคอบ มีสติสัมปชัญญะ แนวทางพัฒนา ประสิทธิภาพของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 ในด้านการบริหารงานวิชาการ อันดับแรก คือ การส่งเสริมให้บุคลากรครูพัฒนาคุณภาพงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง และการมอบหมายงานให้เหมาะสมกับความรู้และความสามารถด้านการบริหารงานงบประมาณ อันดับแรก คือ วิธีการจัดสรรงบประมาณ ถูกต้องตามระเบียบ โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ ด้านการบริหารงานบุคคล อันดับแรก การนำหลักคุณธรรม มาใช้ในการบริหารงานบุคคล ด้านการบริหารงานทั่วไป อันดับแรก การสร้างและพัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูล สารสนเทศ และเทคโนโลยีทางการศึกษา สามารถทำให้บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตย ประสิทธิภาพของโรงเรียน

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the behavior administration for the democracy model of the administrator under Tak primary education service area office 2. 2) to study the effective of the school under Tak primary education service area office 2. 3) to study the relation between the behavior administrations for the democracy model of the administrator and the effective of the school under Tak primary education service area office 2. 4) to study the development way about the behavior administration for the democracy model of the administrator and the effective of the school under Tak primary education service area office 2. The samples of this research were the teachers and administrators under Tak primary education service area office 2 about 312 persons. Instrumentations assessment were questionnaires, interview try out were analyzed by computer program to acquire percentages, average, standard deviation and content analysis.

The research findings were as follows:

1. The behavior administration for the democracy model of the administrator. Respect each other sector, cooperative sector, and reliability in intellectual method sector. The overall image is high level.

2. The effective of academic affairs sector, the budget administration sector, personnel administration and general administration are high level.

3. The behavior administration for the democracy model of the administrator about 3 sectors and the effective of the school about 4 sectors. The statistical significance is .01. The reliability of the intellectual method that a positive relation is high level and respect each other sector is low level.

4. The behavior administration for the democracy model of the administrators about respect each other sector. First listen to the opinion and subordination can decision making to share responsible all together. First coordination sector that administrator had the positive human relation all sectors, Smiling, cheerfulness, joyfulness, greeting and there was good personality to work with happy in the office. First the reliability of the intellectual method that making a decision of the administration is on the critical thinking. There is the omniscience, circumspection, be conscious, the t develops method and the effective of the school under Tak primary education service area office 2. First the academic affair that is supporting teacher personnel development academic affair quality continuously, and work assignation are appropriate the knowledge and the ability. First budget administration that is the method allocates the budget, be correct, according to regulations, transparent and check. First personnel administration sector use dharma principle comes to use in the personnel administration. First general administration can make and develop data network, the information and education technology, can make administrate of good quality.

KEYWORD : The Democratic Administrative Behavior, The Effectiveness of the School

1. บทนำ

กระทรวงศึกษาธิการมีระบบการผลิตการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพและมาตรฐานเหมาะสมกับวิชาชีพชั้นสูงส่งผลให้องค์กรที่มีหน้าที่โดยตรงต่อการจัดการศึกษา ก็คือโรงเรียนหรือสถานศึกษาขั้นพื้นฐานทุกแห่งมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์และผู้ที่มิบทบาทสำคัญต่อการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ก็คือผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานจำเป็นต้องรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ให้สอดคล้อง สมดุลกัน ผู้บริหารมีอาชีพต้องตื่นตัวมองเห็นความเปลี่ยนแปลงในอนาคต กล้าตัดสินใจ เพื่อประโยชน์ของผู้เรียนเป็นสำคัญ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 : 50) ในการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้อย่างดียิ่งนั้น สิ่งสำคัญประการหนึ่งคือ ความร่วมมือร่วมใจของครู โดยการใช้หลักการบริหารที่สอดคล้องกับความต้องการของครู และสอดคล้องกับอุดมการณ์ของนโยบายการจัดการศึกษาแห่งชาติเป็นสำคัญ และยังเกิดประสิทธิผลในการบริหารของ ผู้บริหาร สถานศึกษาให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย ที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริหารงานรูปแบบต่างๆ และมองเห็นว่าพฤติกรรม การบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร ซึ่งเน้นในเรื่องการเคารพความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติงาน มีการประสานงาน ประสานประโยชน์ ร่วมมือกันทำงานเป็นทีม มีลักษณะการทำงานแบบการมีส่วนร่วม มีความเชื่อมั่นในวิธีการ

แห่งปัญญา สำนึกในหน้าที่ รู้จักวิพากษ์วิจารณ์อย่างมีเหตุผลในเชิงสร้างสรรค์ มีความรอบคอบ และรอบรู้ ซึ่งการบริหารในลักษณะนี้สอดคล้องกับหลักการบริหารแบบประชาธิปไตยมากที่สุด

การบริหารสถานศึกษาจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา และการบริหารสถานศึกษาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จเกิดประสิทธิภาพได้นั้น รูปแบบการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในระดับนี้จะไม่เน้นการบริหารแบบเผด็จการและการบริหารแบบตามสบาย อันจะมีผลให้ครูเคร่งเครียด และไม่เอาใจใส่ในการปฏิบัติงานและหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ จะมีผลถึงการไม่บรรลุเป้าหมายของการจัดการศึกษาในปัจจุบัน แต่จะเน้นด้านการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับครูเพื่อครูจะได้มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานได้อย่างเต็มความรู้ความสามารถและเต็มตามสติปัญญา ด้วยความสบายใจและปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความสุข และยังเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับนักเรียน รูปแบบการบริหารที่เหมาะสมกับลักษณะดังกล่าวและเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดทางหนึ่งก็คือ การบริหารแบบประชาธิปไตย เพราะถือว่าเป็นทางสายกลางไม่ตึงและไม่หย่อนจนเกินไป ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางพัฒนาพฤติกรรม การบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2
4. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร และประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 ตามวัตถุประสงค์ การวิจัยข้อที่ 1 – 3 ดำเนินการดังนี้ โดยมี ประชากรข้าราชการครูและผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 จำนวน 1,681 คน โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เกรจซี และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, pp 607-610) และใช้การคำนวณเทียบสัดส่วนและใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น ใช้อำเภอเป็นตัวแทนชั้น ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 312 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน ด้านการประสานงาน ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแห่งปัญญา วิเคราะห์หาค่าความเที่ยงโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้เท่ากับ .8392 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาแนวทางพัฒนา พฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 ดำเนินการดังนี้ การหาแนวทางพัฒนา พฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 โดยการสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้และประสบการณ์ และมีพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและประสิทธิผลของโรงเรียน จำนวน 17 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4. สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 พบว่า ด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริหารจัดสรรงานและมอบหมายงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชาโดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถและความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา และอันดับสาม คือ ผู้บริหารมองความสำเร็จของงาน ว่ามาจากความร่วมมือของทุกคนหรือความสำเร็จเป็นของทีมงาน ไม่ใช่เฉพาะตน ด้านการประสานงาน ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า ผู้บริหารสามารถปรับตัวเอง หาความรู้ตลอดเวลา ให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่เสมอ รองลงมา คือ ผู้บริหารเอาใจใส่การปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา อย่างสม่ำเสมอ และอันดับสามคือ ผู้บริหารมีความสามารถใช้วิจารณ์งาน ในการมอบหมายหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแก้ปัญหา ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริหารยึดหลักเหตุผลในการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ผู้บริหารไม่ใช้ความรุนแรง ในการตัดสินใจปัญหา และอันดับสาม คือ ผู้บริหารใช้การประชุม หรือตั้งคณะกรรมการพิจารณา เมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินงาน

2. ผลการศึกษาประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 พบว่า ด้านการบริหารงานวิชาการ ในภาพรวมมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการกำกับติดตาม ส่งเสริม สนับสนุน งานวิชาการ อย่างสม่ำเสมอ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การจัดทำแผนปฏิบัติการใช้จ่ายเงินและการบริหารจัดการงบประมาณ ถูกต้องตามระเบียบ และโปร่งใส ด้านการบริหารงานบุคคล ในภาพรวมมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การส่งเสริมให้ครูได้ศึกษาอบรมและพัฒนางานได้อย่าง มีคุณภาพ และด้านการบริหารงานทั่วไป ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การพัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีทางการศึกษา การบรรลุผลต่อคุณภาพของโรงเรียน

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางพัฒนาพฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตย ของผู้บริหาร และประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 พบว่า พฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารทั้ง 3 ด้าน กับประสิทธิผลของโรงเรียนทั้ง 4 ด้าน มี

ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแห่งปัญญากับประสิทธิผลของโรงเรียน มีความสัมพันธ์ในทางบวกสูงสุด และด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกันกับประสิทธิผลของโรงเรียน มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่ำสุด

4. แนวทางพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 พบว่า ด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน คือ ผู้บริหารต้องศึกษาถึงข้อมูลความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพส่วนบุคคล ของบุคลากร โดยเข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อใช้เป็นแนวทางมอบหมายงานให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา ด้านการประสานงาน คือ ผู้บริหารมีความสามารถในการปรับตัวเอง เพื่อรับมือกับสถานการณ์ในการปฏิบัติงานที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เกือบตลอดเวลา ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแห่งปัญญา คือ การตัดสินใจของผู้บริหารอยู่บนพื้นฐานของหลักเหตุผล มีความรอบรู้ รอบคอบ มีสติสัมปชัญญะ ด้านการบริหารงานวิชาการ คือ มีการนิเทศ กำกับดูแล และติดตามผล การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพของงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ คือ วิธีการจัดสรรงบประมาณ ถูกต้องตามระเบียบ โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ ด้านการบริหารงานบุคคล คือ การพัฒนาครูให้มีความสามารถในการจัดการเรียนการสอน เป็นเรื่องที่มีความจำเป็น และด้านการบริหารงานทั่วไป คือ การสร้างและพัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูล สารสนเทศและเทคโนโลยีทางการศึกษา สามารถทำให้บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และแนวทางพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร และประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 คือ การปฏิบัติงานโดยใช้หลักธรรมาภิบาล

5. อภิปรายผล

1. พฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร ด้านการให้เกียรติและเคารพ ซึ่งกันและกัน ด้านการประสานงาน ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแห่งปัญญา พบว่า ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแห่งปัญญา ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารยึดหลักการใช้เหตุผลในการตัดสินใจ รวมถึงการที่ผู้บริหารไม่ใช้ความรุนแรง ในการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธุ์เทพ ใจคำ (2546 : 96) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเลย เขต 1 พบว่าพฤติกรรมภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนแบบสนับสนุน แบบมีส่วนร่วมและแบบเน้นความสำเร็จ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเลย เขต 1 โดยภาพรวม และรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ส่วนพฤติกรรมภาวะผู้นำแบบบงการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของโรงเรียน โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับต่ำ

2. การศึกษาประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 ด้านการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป พบว่า ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ ด้านการบริหารงานบุคคล อาจเป็นเพราะว่า การส่งเสริมให้ครูได้เข้ารับการศึกษอบรมเพื่อสามารถนำความรู้มาพัฒนางานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการที่ครูได้รับการพัฒนาตนเองตามมาตรฐานวิชาชีพครู ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภักดิ์ ไชยพรม (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา

ปัญหาและประสิทธิผลการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กในสังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดสกลนครในงาน 6 งาน คือ ด้านงานวิชาการ ด้านงานบุคลากร ด้านงานกิจการนักเรียน ด้านงานธุรการ การเงินและพัสดุ ด้านงานอาคารสถานที่และด้านงานความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน และคุณลักษณะบางประการของผู้บริหารโรงเรียนประกอบด้วย ด้านความมีวิสัยทัศน์ ด้านความมีสมรรถภาพในการบริหาร ด้านความมีคุณธรรมจริยธรรม และด้านความมีภาวะผู้นำตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและครูผู้สอนในจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า โรงเรียนประถมศึกษา ขนาดเล็ก ในจังหวัดสกลนคร มีประสิทธิผลการบริหารงานอยู่ในระดับปานกลาง คุณลักษณะของผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านคุณธรรมจริยธรรมและความมีภาวะผู้นำอยู่ในระดับสูง

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตย ของผู้บริหาร และประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 พบว่า พฤติกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร ทั้ง 3 ด้านคือ ด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน ด้านการประสานงาน และ ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแก้ปัญหา และประสิทธิผลของโรงเรียน ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และ ด้านการบริหารงานทั่วไป มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาแนวทางพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารแต่ละด้านพบว่า ด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแก้ปัญหา กับประสิทธิผลของโรงเรียน มีความสัมพันธ์ในทางบวกสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์สวัสดิ์ วงศ์ประชา (2543: 202-205) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้นำกับผลสำเร็จการปฏิบัติงานของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารในการปฏิบัติงานรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยพฤติกรรมผู้นำมุ่งมีงานมากกว่ามุ่งสัมพันธ์ระดับผลสำเร็จจากการปฏิบัติงานของผู้บริหาร ภาพรวมอยู่ในระดับสูง

4. แนวทางพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 พบว่า แนวทางพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหารด้านการให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน ด้านการประสานงานและด้านความเชื่อมั่นในวิธีการแก้ปัญหา ผู้เชี่ยวชาญ เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริหารแบบประชาธิปไตยของผู้บริหาร ทั้ง 3 ด้าน แนวทางพัฒนาประสิทธิผลของโรงเรียน ในด้านการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป ผู้เชี่ยวชาญ เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของโรงเรียน ทั้ง 4 ด้าน โดยที่ผู้บริหารต้องมีพฤติกรรมกรรมการบริหาร การปฏิบัติงานโดยใช้หลักธรรมาภิบาล เช่น เข้ารับการพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ การฝึกทักษะการบริหารงานด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง การศึกษาดูงานจาก ผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จ และการฟังตัวกับแหล่งเรียนรู้เพื่อซึมซับจากบุคคลต้นแบบ

6. ข้อเสนอแนะ

นำผลการวิจัยไปใช้ทางการบริหาร ผู้บริหารควรศึกษา แนวทางการบริหารที่ใช้หลักการประชาธิปไตยอย่างลึกซึ้ง และศึกษาจิตวิทยาการบริหาร รวมถึง กฎ ระเบียบ ที่ใช้ในการบริหารงานเพื่อนำมาปรับประยุกต์ใช้ใน

การบริหารงาน ซึ่งจะส่งผลถึงประสิทธิผลของการปฏิบัติงานขององค์กร และควรมีการพัฒนาหลักสูตรสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อสู่ความเป็นเลิศทางการบริหาร

7. รายการอ้างอิง

พงษ์สวัสดิ์ วงศ์ประชา. 2543. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้นำกับผลสำเร็จการปฏิบัติงานของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์ คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต. สกลนคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

พันธุ์เทพ ใจคำ. 2547. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเลย เขต 1. วิทยานิพนธ์ คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต. เลข : มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย. 2552. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550. สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา. กรุงเทพฯ ฯ.

ศึกษานิเทศก์, กระทรวง. 2546. คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

สมภวิวัฒน์ ไชยพรม. 2545. ปัญหาและประสิทธิผลการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็กในสังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์ คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต. สกลนคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

Krejcie, R.V, & Morgan, D.W. 1970. Determine sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30(10), 607-610.

ความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน

OPINIONS OF THE SIXTH YEAR MEDICAL STUDENTS IN COMMUNITY MEDICINE COURSE

อรอนงค์ ปินสมประสงค์

นิติปรีญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail : biggybite@windowslive.com

จตุพล ยงศรี

อาจารย์ ดร คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail : Chatupol@swu.ac.th

นิลรัตน์ วรรณศิลป์

รองศาสตราจารย์ แพทย์หญิง คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล

E-mail : nilrat_w@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ใน 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน จากกลุ่มตัวอย่าง 246 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.958 ผลการวิจัยพบว่า (1) นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 มีความคิดเห็นโดยรวมและในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก (2) นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการจัดการเรียนรู้ไม่พบความแตกต่าง (3) นักศึกษาแพทย์กลุ่มฝึกปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน (4) นักศึกษาแพทย์ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน (5) นักศึกษาแพทย์ ที่มีความสนใจการปฏิบัติงานชุมชนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: วิชาเวชศาสตร์ชุมชน การเรียนรู้ตามสภาพจริง

ABSTRACT

The purposes of this research were to evaluate and compare the opinions of the sixth year medical students in community medicine course of Faculty of Medicine, Siriraj Hospital, Mahidol University, in 4 aspects: 1) learning management 2) clinical practice 3) ethical role in practice, and 4) role of doctors in community hospitals. Two hundred and forty six of the sixth year students in academic year 2013 answered the Likert's 5 rating scale questionnaires with the reliability of 0.958.

The finding of the study indicated that: (1) The opinions of the students on overall aspects of community medicine course were at high level. (2) Although the opinions on community medicine course in all aspects were not significantly different in gender, the aspects of a knowledge management, a clinical practice, and an ethical role in practice were significantly different. (3) The opinions on community medicine course in each aspects and overall were at same levels compared in different practice groups. (4) The students, who had different learning achievements, demonstrated at same levels in their opinions on community medicine course in each and overall aspects. (5) The students, who had different interests in practice for scholarship, demonstrated at same levels in their opinions on community medicine course in each and overall aspects.

KEY WORDS: Community medicine, Authentic leaning

บทนำ

การจัดการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2556ข) ได้กำหนดนโยบายการศึกษาว่า ให้มีการเสริมสร้างทักษะในศตวรรษที่ 21 คุณธรรมจริยธรรมให้กับบัณฑิตแพทย์ศิริราช มีการทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง โดยปรับเปลี่ยนแนวทางของหลักสูตรให้มีลักษณะที่เป็นการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ (Integration-Based Curriculum) และการจัดการเรียนรู้แบบเป็นระบบ (System-Based Curriculum) โดยเน้นการเรียนการสอนแบบกลุ่มย่อย เน้นการศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม และเรียนรู้จากการปฏิบัติ โดยมีอาจารย์เป็นผู้ให้คำแนะนำหรือดูแล รวมถึงการกำหนดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตแพทย์ศิริราช

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2556ค) จึงกำหนดให้นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ต้องผ่านการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม หรือการเรียนรู้ตามสภาพจริง โดยจัดให้ออกไปศึกษาดูงานในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและฝึกปฏิบัติงานในโรงพยาบาลชุมชน ได้ฝึกปฏิบัติงานจริง และฝึกปรับตัวในการปฏิบัติงานร่วมกับบุคลากรสาขาอาชีพอื่น มีโอกาสเรียนรู้และพัฒนาให้มีเจตคติที่ดีในการดูแลผู้ป่วยและมีความมั่นใจในการดูแลรักษาผู้ป่วยมากขึ้น ในรายวิชาเวชศาสตร์ชุมชน (Community Medicine) จำนวน 3 สัปดาห์ (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2556ก)

จากการสัมภาษณ์นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 และแพทย์พี่เลี้ยง (2556) พบประเด็นต่างๆ ดังนี้ (1) ด้านการจัดการเรียนรู้ พบว่า แพทย์พี่เลี้ยงหรือผู้ดูแลการฝึกปฏิบัติงานในโรงพยาบาลชุมชนมักจะขาดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของรายวิชาเวชศาสตร์ชุมชน ไม่สามารถจัดการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม และทรัพยากรทางการ

ศึกษาไม่เพียงพอ (2) ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก พบว่า นักศึกษาแพทย์ไม่สามารถปฏิบัติงานด้านคลินิกต่างๆ ได้ดีเท่าที่ควร เนื่องจากไม่เคยผ่านการทำหัตถการมาก่อน เรียนรู้แต่ทางทฤษฎี จึงขาดความมั่นใจในการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ และการลงมือปฏิบัติ นอกจากนี้แพทย์พี่เลี้ยงไม่สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทางคลินิกให้กับนักศึกษาแพทย์ได้ ด้วยข้อจำกัดของโรงพยาบาลและ เกณฑ์แพทย์สภา และความกลัวว่านักศึกษาแพทย์ไม่สามารถทำได้ ทำให้เกิดความผิดพลาด (3) ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน พบว่า การมีจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานขึ้นอยู่กับนักศึกษาแพทย์แต่ละคนว่า มีความอดทน มีความรับผิดชอบ และมีความใฝ่รู้น้อยแค่ไหน รวมถึงการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างนักศึกษาแพทย์ กับบุคลากรในโรงพยาบาลชุมชนด้วย ที่มักจะเข้าใจไม่ตรงกัน ส่งผลทำให้ไม่มีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน ทั้งนี้แพทย์พี่เลี้ยงเห็นว่า นักศึกษาแพทย์มักจะขาดความอดทน ความรับผิดชอบ การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคลากรอาชีพอื่นๆ การวางตัวไม่เหมาะสมในการเป็นแพทย์ และไม่มีสมาธิมาดูแล แต่เมื่อได้ว่ากล่าวตักเตือนทำความเข้าใจระหว่างกัน นักศึกษาแพทย์ มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดีขึ้น (4) ด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน พบว่า แพทย์โรงพยาบาลชุมชนต้องมีทักษะความรู้ที่กว้างขวาง และต้องนำมาใช้ประยุกต์กับบริบทของสังคมชนบท ต้องมีความอดทนสูง และไม่ฟุ้งเฟ้อ ตลอดจนต้องมีทักษะไม่เฉพาะแค่การรักษาโรค แต่ต้องบริหารจัดการเป็น สามารถรณรงค์ป้องกันโรคและริเริ่มทำโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพในชุมชนได้ แต่นักศึกษาแพทย์ยังมีความรู้ความสามารถ และทักษะหัตถการที่จำเป็นยังไม่เพียงพอต่อการเป็นแพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน ดังนั้นจำเป็นต้องฝึกฝนทักษะ และใฝ่เรียนรู้ ให้มากขึ้น นอกจากนี้แพทย์พี่เลี้ยงเห็นว่า ปัจจุบันยังขาดแคลนแพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน เนื่องจากแพทย์ส่วนใหญ่มักชอบปฏิบัติงานในโรงพยาบาลเอกชนและบริการเสริมความงามเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนมากกว่า ประกอบกับทัศนคติของแพทย์จบใหม่ที่ดีความสะอาดสบาย ความฟุ่มเฟือย และขาดความเข้าใจในนโยบายและระบบบริการสาธารณสุข สภาพชุมชน การบริการสุขภาพแบบองค์รวม ไม่มีแรงบันดาลใจในการเป็นแพทย์ที่มีหัวใจของความเป็นมนุษย์

จากนโยบายการศึกษา และประเด็นต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ที่มีต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหาร และอาจารย์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนรู้รายวิชาเวชศาสตร์ชุมชน ของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ที่มีต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ใน 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ที่มีต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ในแต่ละด้านและโดยรวม จำแนกตาม เพศ กลุ่มฝึกปฏิบัติงาน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความสนใจการปฏิบัติงานซ้ำ

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

หลักการและแนวทางการจัดการเรียนรู้ตามสภาพจริง ทิศนา ขัมมณี (2555) ได้สรุปว่า การเรียนรู้ตามสภาพจริงนั้นควรเป็นการเรียนที่ไม่แยกออกจากบริบท (Context) เป็นการเรียนเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามสภาพและบริบทจริง ไม่ดึงเอาเรื่องนั้นออกจากบริบทที่เป็นอยู่ และได้ให้ข้อเสนอแนะหลักการการจัดการเรียนรู้ตามสภาพจริง ไว้ดังนี้

1. การเรียนรู้โดยคำนึงถึงบริบทแวดล้อม ซึ่งการเรียนรู้เรื่องใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับบริบทของเรื่องนั้นๆ ดังนั้นการเรียนรู้โดยคำนึงถึงบริบทแวดล้อมเป็นการเรียนรู้ที่สัมพันธ์กับความเป็นจริง ผู้เรียนจึงสามารถนำสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

2. การเรียนรู้จากสภาพจริง ปัญหาจริง ในโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งเป็นสภาพปัญหาที่ทุกคนจะต้องเผชิญ ดังนั้นการให้ผู้เรียนได้เผชิญกับสภาพการณ์จริง ปัญหาจริง จึงเป็นโอกาสที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ความจริง

3. การเรียนรู้ที่มีความหมาย การเรียนรู้ความเป็นจริง จากของจริง เป็นการเรียนรู้ที่มีความหมายสำหรับผู้เรียน เพราะสามารถนำไปใช้ได้ เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความใฝ่รู้ อยากเรียนรู้

4. การให้ผู้เรียนเผชิญปัญหาและแก้ปัญหา จะเป็นการช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตมากยิ่งขึ้น

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ได้จัดการเรียนการสอนรายวิชาเวชศาสตร์ชุมชน ศรศว601 เป็นการจัดการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ศึกษาและฝึกปฏิบัติงานในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและโรงพยาบาลชุมชน เน้นปัญหาทางการแพทย์ และสาธารณสุขในชุมชน ลักษณะการปฏิบัติงานของแพทย์ การบริหารงานและระบบบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขในส่วนภูมิภาค เป็นเวลา 3 สัปดาห์ โดยมีวัตถุประสงค์ให้นักศึกษาแพทย์ผ่านการปฏิบัติงานที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและโรงพยาบาลชุมชนแล้วควรมีความรู้ความสามารถและเจตคติ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2556ก)

1. มีความรู้พื้นฐานถึงความสำคัญของปัจจัยทางครอบครัว เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และศาสนา ที่มีผลกระทบต่อปัญหาสุขภาพของประชาชน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาสุขภาพขณะออกเยี่ยมบ้าน รวมทั้งสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

2. มีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพแพทย์ในการดำเนินชีวิตในสังคมชนบท การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้นำชุมชนและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานในชุมชนอย่างยั่งยืนและมีความสุข

3. มีความรู้ความสามารถทางวิชาชีพแพทย์อย่างต่อเนื่อง ทั้งที่เป็นงานประจำ ได้แก่ งานส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาโรค การฟื้นฟูสุขภาพ และบทบาทหน้าที่ของแพทย์เกี่ยวกับความรู้ทางกฎหมาย ตลอดจนงานนโยบายที่สอดคล้องกับนวัตกรรมและโครงการพิเศษต่างๆ ของกระทรวงสาธารณสุขและสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.)

4. พัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสารและสร้างสัมพันธภาพเพื่อให้การบริหารดูแลสุขภาพที่มุ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลาง (ไม่ใช่รักษาเฉพาะโรคเพียงอย่างเดียว) ให้บริการทางการแพทย์ด้วยจิตวิญญาณของความเป็นมนุษย์ และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

5. อธิบายโครงสร้างการบริหารงานสาธารณสุข เครือข่ายด้านสุขภาพต่างๆ และระบบบริการสาธารณสุขตั้งแต่ระดับกระทรวงจนถึงชุมชนได้ เพื่อเฝ้าต่อการป้องกันและแก้ปัญหาสาธารณสุขของชุมชนได้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ชั้นปีที่ 6 ปีการศึกษา 2556 รวมจำนวน 250 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนมาทั้งหมด 246 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 98.4

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ ชั้นปีที่ 6 ต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 56 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท และตอนท้ายของแบบสอบถามในแต่ละด้าน เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.958

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe') (Ferguson, 1981)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 เห็นด้วยกับการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน โดยรวมและในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ที่มีต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมและในแต่ละด้าน

การฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน	จำนวน (คน)		ระดับความคิดเห็น
	n = 246		
	$\bar{X}$	S.D.	
1.ด้านการจัดการเรียนรู้	4.10	0.58	เห็นด้วยมาก
2.ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก	3.58	0.63	เห็นด้วยมาก
3.ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	4.36	0.50	เห็นด้วยมาก
4.ด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน	4.34	0.56	เห็นด้วยมาก
รวม	4.10	0.47	เห็นด้วยมาก

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ที่มีต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า (1) นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีความคิดเห็นต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการจัดการเรียนรู้ไม่พบความแตกต่าง (2) นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ในกลุ่มฝึกปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน โดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน (3) นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน โดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน (4) นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ที่มีความสนใจการปฏิบัติงานใช้ทุนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน โดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ที่มีต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมและในแต่ละด้าน จำแนกตามเพศ กลุ่มฝึกปฏิบัติงาน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความสนใจปฏิบัติงานชดใช้ทุน

การฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน	เพศต่างกัน	กลุ่มฝึกปฏิบัติงานต่างกัน		ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน		สนใจการปฏิบัติงานชดใช้ทุนต่างกัน	
		t	P	F	p	t	p
1.ด้านการจัดการเรียนรู้		1.13	0.259	0.301	0.740	-0.39	0.694
2.ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก		4.50*	0.001	1.691	0.187	-0.53	0.595
3.ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน		2.18*	0.030	0.522	0.594	-0.03	0.974
4.ด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน		2.17*	0.030	0.171	0.843	0.03	0.969
รวม		0.57	0.563	0.437	0.647	-0.29	0.767

* p<0.05

อภิปรายผล

1. การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า นักศึกษาเห็นด้วยต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชนมีวัตถุประสงค์หลักให้นักศึกษาแพทย์ได้มีโอกาสสัมผัสกับชีวิตจริงของวิชาชีพแพทย์ ได้นำความรู้มาประยุกต์ใช้ทุกขั้นตอนของการรักษา โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของแพทย์ที่เลี้ยง ซึ่งสอดคล้องกับ ฤกษ์ สุวรรณภูมิ และคนอื่นๆ (2554) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจและประสบการณ์ของนักศึกษาแพทย์ต่อการตรวจผู้ป่วยนอกเวชศาสตร์ครอบครัว ที่คลินิกในชุมชนและในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย พบว่า การออกตรวจผู้ป่วยนอกเวชศาสตร์ครอบครัวที่คลินิกในชุมชนจะทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องกับเวชปฏิบัติที่นักศึกษาจะได้พบภายหลังจบการศึกษามากกว่าที่คลินิกในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย ซึ่งปัญหาที่พบบ่อยในคลินิกในชุมชนเป็นปัญหาที่พบบ่อยในระดับประเทศ

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 ต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล จำแนกตามเพศ กลุ่มฝึกปฏิบัติงาน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความสนใจการปฏิบัติงานชดใช้ทุน ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลตามตัวแปร ดังนี้

2.1. นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความคิดเห็นต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการ

ปฏิบัติงานทางคลินิก ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการจัดการเรียนรู้ไม่พบความแตกต่าง ดังนี้

2.1.1. ด้านการจัดการเรียนรู้และโดยรวมไม่พบความแตกต่าง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก สังคมไทยในปัจจุบันให้ความสำคัญทางด้านสิทธิและเสรีภาพ โดยเฉพาะด้านการศึกษา การจัดการเรียนรู้ไม่มีการแบ่งแยกเพศ แต่มีการกำหนดให้มีการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มคนที่แตกต่างกัน ดังเช่น นโยบายการจัดการเรียนรู้ของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล นักศึกษาทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการเรียนรู้และฝึกทักษะหัตถการต่างๆ ประกอบกับนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงต่างเห็นถึงความสำคัญของการเรียนรู้ในการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน ซึ่งได้เรียนรู้ทักษะชีวิตและทักษะวิชาชีพ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการประกอบวิชาชีพในอนาคตต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ สุนันท์ สุขสวัสดิ์ (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลในทัศนะของนักศึกษาแพทย์ พบว่า นักศึกษาแพทย์ชายและหญิง มีทัศนะต่อสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ด้านการเรียนการสอน ด้านกิจกรรมนักศึกษา ด้านการบริการนักศึกษา ด้านอาคารสถานที่ และโดยรวมไม่แตกต่างกัน

2.1.2. ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน เช่น ความมั่นใจ ความกล้าแสดงออก ความรับผิดชอบ ความอ่อนน้อมถ่อมตน และทัศนคติ เป็นต้น เกิดจากการสะสมประสบการณ์ที่ผ่านมา รวมถึงพื้นฐานการอบรมเลี้ยงดู ที่หล่อหลอมบุคลิกภาพของนักศึกษาและแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับ นงนุช ปันยัสสีห์ และวราวุธ บัวเย็น (2549) ได้ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพของบัณฑิตแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รุ่นที่ 42 ในทัศนะของผู้ใช้บัณฑิต พบว่า คุณภาพของบัณฑิตแพทย์ชายและหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่องของ คุณภาพงานด้านการรักษาพยาบาล ความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การใฝ่รู้และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง และการตรงต่อเวลา

2.1.3. กลุ่มฝึกปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลได้จัดกิจกรรมปฐมนิเทศให้กับนักศึกษาแพทย์ เพื่อสร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของรายวิชาเวชศาสตร์ชุมชน รวมถึงกระบวนการจัดการเรียนการสอนของโรงพยาบาลชุมชนมีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เนื่องจากมีการจัดประชุมปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลกับโรงพยาบาลชุมชนที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงาน โดยมีการชี้แจงวัตถุประสงค์ของรายวิชาเวชศาสตร์ชุมชน เน้นการจัดการเรียนรู้ตามสภาพจริง บริบทจริงของการเป็นแพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน นอกจากนี้มีการชี้แจงว่าเมื่อสิ้นสุดทุกปีการศึกษาจะมีการประเมินศักยภาพของสถานที่ฝึกปฏิบัติงานว่าเหมาะสมหรือไม่ ควรเสนอแนะให้การสนับสนุนสถานที่ฝึกปฏิบัติงานอย่างไร เพื่อให้สถานที่ฝึกปฏิบัติงานมีมาตรฐานเดียวกัน ทั้งนี้โรงพยาบาลชุมชนที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงาน ต้องมีคุณสมบัติตามเกณฑ์แพทย์สภา จึงทำให้นักศึกษาแพทย์ที่กลุ่มฝึกปฏิบัติงานต่างกัน ได้รับการเรียนรู้และประสบการณ์ที่คล้ายกัน ไม่ได้เน้นเพียงกลุ่มนักศึกษากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง นักศึกษาทุกคนมีโอกาสฝึกประสบการณ์จริงของการเป็นแพทย์

เพื่อพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ เจริญพร แก้วละเอียด และคนอื่นๆ (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง สมรรถนะทางคลินิกของนักศึกษาแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่า นักศึกษาแพทย์ที่หมุนเวียนมาปฏิบัติงานทั้ง 3 กลุ่มมีสมรรถนะทางคลินิกโดยภาพรวมไม่ต่างกัน

2.2. นักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในระดับต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการฝึกปฏิบัติงาน วิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 6 มีการปฐมนิเทศนักศึกษาออกฝึกปฏิบัติงาน เพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของการฝึกปฏิบัติงาน และเกณฑ์การประเมินผล ซึ่งได้ชี้แจงกับโรงพยาบาลที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงานให้ชัดเจนเป็นหลักในการจัดการเรียนการสอน แพทย์พี่เลี้ยงให้ความสำคัญกับนักศึกษาแต่ละคนเท่าเทียมกันโดยไม่มีการแบ่งแยกระดับความรู้ความสามารถ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทำให้นักศึกษาแพทย์มีความไว้วางใจในการฝึกปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ นิภา นุศรีอิน และวิรุจน์ คุณกิตติ (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง ทักษะของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นในการศึกษาวิชานิเวศศาสตร์ พบว่า นักศึกษาแพทย์ที่มีผลการเรียนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนในหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชันสูตรพลิกศพทางนิติเวชศาสตร์ และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยคดีและนิติเวชคลินิก ไม่แตกต่างกัน

2.3 นักศึกษาที่สนใจใช้ทุนในสังกัดต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาเห็นว่าการปฏิบัติงานชดใช้ทุนไม่ว่าจะเป็นสังกัดใด ต่างก็ต้องไปปฏิบัติงานที่โรงพยาบาลชุมชนอย่างน้อย 3 เดือน นักศึกษาจึงเห็นความสำคัญของการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน เพื่อฝึกทักษะพื้นฐานและพัฒนาตนเองให้เป็นแพทย์ที่ดี สามารถนำไปพัฒนาต่อ ยกระดับการรักษาระดับทุติยภูมิ และตติยภูมิต่อไป ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตแพทย์ โดยสอดคล้องกับ กฤษณะ สุวรรณภูมิ และคนอื่นๆ (2554) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจและประสบการณ์ของนักศึกษาแพทย์ต่อการตรวจผู้ป่วยนอกเวชศาสตร์ครอบครัว ที่คลินิกในชุมชนและในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย พบว่า การออกตรวจผู้ป่วยนอกเวชศาสตร์ครอบครัวที่คลินิกในชุมชนจะทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องกับเวชปฏิบัติที่นักศึกษาจะได้พบภายหลังจบการศึกษามากกว่าที่คลินิกในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย ซึ่งปัญหาที่พบบ่อยในคลินิกในชุมชนเป็นปัญหาที่พบบ่อยในระดับประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ด้านการจัดการเรียนรู้ ควรสร้างความเข้าใจกับโรงพยาบาลที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงานให้เข้าใจตรงกัน ด้านการจัดการเรียนการสอนวิชาเวชศาสตร์ชุมชนจะต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ วัตถุประสงค์ มาตรการ และนโยบายของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลอย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญกับแพทย์พี่เลี้ยงที่ต้องระบุให้ชัดเจน ต้องมีทัศนคติที่ดีในการเป็นครูแพทย์ และแพทย์ชุมชน เพื่อเป็นต้นแบบของแพทย์ที่ดีแก่นักศึกษาแพทย์ รวมทั้งการวางแผนการจัดการเรียนการสอนจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัย และสิทธิของผู้ป่วยและนักศึกษาแพทย์เป็นสำคัญ

2. ด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก ควรแนะนำให้โรงพยาบาลชุมชนที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงานมีการให้ความรู้เบื้องต้นในการดูแลผู้ป่วยภาวะวิกฤต หรือผู้ป่วยระยะสุดท้าย ในลักษณะที่โรงพยาบาลขนาดเล็กสามารถทำได้ เช่น การสื่อสารกับโรงพยาบาลทั่วไปอย่างไรให้สามารถส่งต่อผู้ป่วยได้ เป็นต้น รวมถึงเน้นย้ำแพทย์ที่เลี้ยงให้นักศึกษาแพทย์ได้ฝึกการทำสรุปรวบรวม และการใช้เครื่องช่วยหายใจที่ถูกต้อง เพื่อเป็นการพัฒนาทักษะให้เกิดความชำนาญต่อไป

3. ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ควรสร้างความร่วมมือกับโรงพยาบาลที่เป็นสถานที่ฝึกปฏิบัติงานให้มีช่องทางที่หลากหลายในการรับข้อคิดเห็น ปัญหาต่างๆ หรือแจ้งรายงานพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม จากนักศึกษาแพทย์ เช่น การรายงานผ่านโทรศัพท์มือถือโดยตรงกับแพทย์ที่เลี้ยง หรือผู้ดูแลที่ได้รับมอบหมาย การรายงานผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์คต่างๆ หรือการรายงานผ่านบัตรสนทนาก็เป็นต้น เพื่อให้ให้นักศึกษาแพทย์ไม่เกิดความกังวลที่จะรายงานปัญหา ทำให้เกิดการแก้ไขปัญหาย่างรวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

4. ด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน ควรมีการสนับสนุนทางด้านวิชาการ เช่น หนังสือ ตำราทางวิชาการ หรือการประชุมวิชาการ เป็นต้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นความรู้ และนวัตกรรมใหม่ๆ แก่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ในการพัฒนาชุมชน หรือโรงพยาบาลให้เหมาะสมต่อไป

5. เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการปฏิบัติงานทางคลินิก ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และด้านบทบาทและหน้าที่แพทย์ในโรงพยาบาลชุมชน ควรกำหนดให้นักศึกษาแพทย์ปฏิบัติงานทางคลินิกนั้นๆ อย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งมีการลงบันทึกชัดเจนว่านักศึกษาแพทย์ได้ปฏิบัติงานจริง เพื่อให้ให้นักศึกษาแพทย์ทุกคนมีโอกาสได้ปฏิบัติงานทางคลินิก เป็นการสร้างมาตรฐาน ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาลชุมชนแห่งใด เป็นนักศึกษาชายหรือนักศึกษาหญิง นักศึกษาแพทย์ทุกคนจะได้รับโอกาสปฏิบัติงานทางคลินิกไม่ต่างกัน และสร้างความกระตือรือร้นในการใส่ใจ การปฏิบัติงานทางคลินิกของนักศึกษาแพทย์ และให้ความสำคัญกับแพทย์ที่เลี้ยงหรือผู้ดูแลการฝึกปฏิบัติงาน มีการกำหนดให้ชัดเจนอย่างน้อย 2 คน โดยเป็นเพศชาย 1 คน และเป็นเพศหญิง 1 คน เพื่อนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงสามารถปรึกษา ขอลำแนะนำ หรือแจ้งปัญหา ได้อย่างใกล้ชิด มีความกล้ามากขึ้น หากแพทย์ที่เลี้ยงหรือผู้ดูแลการฝึกปฏิบัติงานเป็นเพศเดียวกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของทั้งอาจารย์ และแพทย์ที่เลี้ยงต่อการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล อาจจะได้รับความคิดเห็นที่มีความแตกต่าง และกว้างขึ้น เพื่อจะเป็นแนวทางในการพัฒนาการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชนได้ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชนระหว่างโรงเรียนแพทย์อื่นๆ เพื่อจะได้นำปัญหาและแนวทางในการแก้ไขมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมดังกล่าวของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดลให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ สุวรรณภูมิ และคนอื่นๆ. 2554. “การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจและประสบการณ์ของนักศึกษาแพทย์ต่อการตรวจผู้ป่วยนอกเวชศาสตร์ครอบครัว ที่คลินิกในชุมชนและในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย.” **สงขลานครินทร์เวชสาร**. 29, 4: 175-176.
- ทศนา แคมมณี. 2555. **ศาสตร์การสอน**. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงนุช ปันชัยสิทธิ์ และวารุณี บัวเย็น. 2549. **คุณภาพบัณฑิตแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รุ่น 42 ในทัศนะของผู้ใช้บัณฑิต**. เชียงใหม่: หน่วยทะเบียนและประเมินผลการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6. 2556, สิงหาคม. สัมภาษณ์โดย อรอนงค์ บินสมประสงค์ ที่คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล.
- นิภา นุศรีอัน และวิรุจน์ คุณกิตติ. 2557. “ทัศนคติของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6 คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นในการศึกษาวิชานิติเวชศาสตร์.” **ศรีนครินทร์เวชสาร**. 29, 4: 403-404.
- แพทย์พี่เลี้ยงในโรงพยาบาลชุมชน. 2556, กรกฎาคม. สัมภาษณ์โดย อรอนงค์ บินสมประสงค์ ที่โรงพยาบาลชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี.
- มหาวิทยาลัยมหิดล คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. 2556ก. **คู่มือการฝึกปฏิบัติงานวิชาเวชศาสตร์ชุมชน นักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 6**. กรุงเทพฯ: ฝ่ายการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล.
- _____. 2556ข. นโยบายการศึกษาและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแพทย์ศิริราช (แผ่นพับ). กรุงเทพฯ: คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล.
- _____. 2556ค. **หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต (ฉบับปรับปรุง)**. กรุงเทพฯ: คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุนันท์ สุขสวัสดิ์. 2552. “สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ในทัศนะของนักศึกษาแพทย์.” **ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการอุดมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**.
- Ferguson, George Andrew. 1981. *Statistical Analysis in Psychological and Education*. 5th ed. New York: McGraw-Hill.

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน
ของคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร**
**FACTORS AFFECTING INTERNAL ACDEMIC QUALITY ASSURANCE OF
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE,
KAMPHANGPHET RAJABAT UNIVERSITY**

วรรณพรรณ รักษ์ชน

อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

E-mail : apple.dba04.spu@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ข้อ ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในและผลของการดำเนินการ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน เครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามที่ทำการสุ่มทดสอบในกลุ่มตัวอย่าง การวิจัย 44 ราย สถิติที่ใช้ในการประเมินผลการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 70.50 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นหญิง, อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระหว่าง 31-40 ปี, ร้อยละ 72.70 ของกลุ่มตัวอย่างดำรงตำแหน่งอาจารย์ โดยร้อยละ 54.50 ของกลุ่มตัวอย่างปฏิบัติงานหรือรับผิดชอบงานที่เกี่ยวข้องกับการประกันคุณภาพการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน และการดำเนินงานประกันคุณภาพโดยใช้ระบบ PDCA อยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (ปัจจัยต่างๆ) กับตัวแปรตาม (ระบบการประกันคุณภาพภายใน (รวม Y)) พบว่าตัวแปรอิสระ (ปัจจัยต่างๆ) ทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติกับระบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา ($p\text{-value} = 0.01$) และจากการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยแบบพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยต่างๆ) ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (ระบบการประกันคุณภาพภายใน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.01$) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวสามารถทำนายระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายในได้ประมาณร้อยละ 74 โดยตัวแปรด้านการบริหารจัดการและตัวแปรด้านวัฒนธรรมองค์กรถือเป็นปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อระบบการประกันคุณภาพภายในอีกด้วย

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผล, การประกันคุณภาพการศึกษา, ระบบ PDCA,

ABSTRACT

This research was in the research field of the internal academic quality assurance in education. The aims of study were (1) to study the factors that affect to the internal academic quality assurance, (2) to study the relationships between the affecting factors and the internal academic quality assurance performances and (3) to find the factors that had influenced to the internal academic quality assurance. The research tool in this study was the questionnaires, which were distributed to 44 study-subjects at random. The statistics used in this study were frequency, percentage, mean, standard deviation, pearson's product moment correlation coefficient and step multiple regression analysis.

The study revealed that 70.50% of study-subjects were women, the average age of the study-subjects was between 31-40 years of age, 72.70% of study-subjects were lecturers, 54.50% of study-subjects were responsibilities to internal academic quality assurance. The study-subjects had high accord with viewpoint about the factors that affect to the internal academic quality assurance and using PDCA system for the internal academic quality assurance. The analysis of correlation coefficients between the independent variables (affecting factors) and the dependent variable (the internal academic quality assurance system; including Y) showed that all of affecting factors were statistically significant and positively correlated to the internal academic quality assurance system ($p\text{-value} = 0.01$). The analysis of multiple regression equation showed that all of the independent variables (affecting factors) were statistical significantly correlated to the dependent variable (the internal academic quality assurance system) ($p\text{-value} = 0.01$). They were at least accurately 74% accuracy to be predicted the exactly internal academic quality assurance system performance. And it was found that the major affecting factors were the management variable and organization culture variable.

KEYWORDS : Factors Affecting, Internal Academic Quality Assurance, PDCA System

บทนำ

การพัฒนามาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษาไทยในปัจจุบัน อาศัยหลักการภายใต้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ที่กำหนดให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาทุกระดับ ประกอบด้วยระบบการประกันคุณภาพภายใน และระบบการประกันคุณภาพภายนอก โดยให้ถือว่าระบบการประกันคุณภาพภายในเป็นภารกิจหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษา ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดทำรายงานประจำปีเสนอต่อหน่วยงานต้นสังกัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเปิดเผยต่อสาธารณชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา และเพื่อรองรับการประกันคุณภาพภายนอก จากกรอบของกฎหมายทางการศึกษาดังกล่าว การพัฒนาคุณภาพการศึกษาจึงมีความสำคัญ และมีความจำเป็นจะต้องศึกษาในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อผลักดันให้เกิดกระบวนการต่างๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดการดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพทัดเทียมกับนานาประเทศ และสังคมโลกซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงไปภายใต้การแข่งขันในด้านต่างๆ ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและ

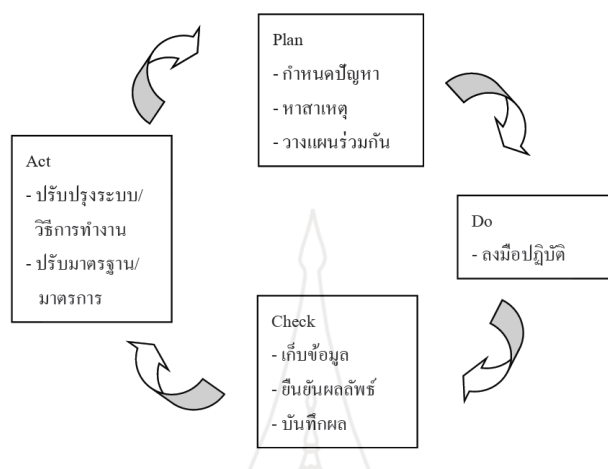
ต่อเนื่อง โดยเน้นการพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่ครอบคลุมถึงพันธกิจหลักของอุดมศึกษา ภารกิจหลักที่สถานศึกษาจะต้องปฏิบัติมี 4 ประการ คือ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม การดำเนินงานตามภารกิจทั้ง 4 ประการ ดังกล่าว มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศทั้งระยะสั้นและระยะยาว ปัจจุบันมีปัจจัยภายในและภายนอกหลากหลายประการที่ทำให้การประกันคุณภาพการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องเร่งดำเนินการ (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. 2555:1) และสถานศึกษาจะต้องจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ที่เกี่ยวข้องว่า ผู้เรียนทุกคนจะได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพมาตรฐานทางการศึกษาที่ได้รับจากสถานศึกษา และพัฒนาความรู้ ความสามารถคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามมาตรฐานการศึกษา

ดังนั้น การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนบุคลากรด้านการประกันคุณภาพการศึกษาในทุกระดับ โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนา ระบบ และกลไก ของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน โดยการดำเนินงานที่มีเป้าหมายนั้นจะต้องมีการประเมินคุณภาพภายในหรือการประเมินตนเอง เพื่อตรวจสอบ พัฒนาและปรับปรุงให้เป็นไปตามเป้าหมายอยู่ตลอดเวลา

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การประกันคุณภาพการศึกษา เป็นการดำเนินงานตามระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา (Quality Assurance) ซึ่งเป็นกลไกที่มีความสำคัญที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสร้างความมั่นใจ (assure) ได้ว่า สถานศึกษาสามารถจัดการศึกษาให้มีคุณภาพได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้ความสามารถ และมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนดและที่สังคมต้องการ โดยมีหลักการในการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษา 3 ประการ คือ (1) การกระจายอำนาจ (Decentralization) (2) การเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมในการทำงาน (Participation) และ (3) การแสดงภาระรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ (Accountability) (คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. 2549 : 7)

การพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาให้บรรลุถึงมาตรฐานที่กำหนดนั้น ต้องมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) ที่ทุกกิจกรรม/โครงการ/งานมีเป้าหมายเดียวกัน คือ การยกระดับคุณภาพผู้เรียนทุกด้าน มีการพัฒนาด้านปัจจัยให้สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สรรหาให้เพียงพอดูแลรักษาให้ใช้ได้อยู่เสมอและปลอดภัยในการใช้ ประการสำคัญคือต้องมีระบบและกลไกการปฏิบัติงานตามแผน รวมทั้งติดตามกำกับกับการดำเนินงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งมีกระบวนการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องตามวงจร PDCA ดังภาพที่ 1.1



ภาพประกอบ 1 แสดงกระบวนการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องตามวงจร PDCA

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2549) แนวทางการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ข้อ ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในและผลของการดำเนินการ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร สมศักดิ์ คงเที่ยง (2542:1) ให้ความหมายกว้างๆ ได้แก่ การบริหารราชการ ซึ่งสามารถใช้แทนกันได้กับความหมายของ “การจัดการ” (Management) โดยส่วนมากหมายถึงการจัดการทางธุรกิจ ภาวดี ธราศรีสุทธิ (2542:6) สรุปว่า การบริหารการศึกษา หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลหลายคนร่วมดำเนินการเพื่อพัฒนาสมาชิกของสังคมทั้งทางด้านบุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถ เจตคติ พฤติกรรม คุณธรรม เพื่อให้มีค่านิยมตรงกับความต้องการของสังคมโดยอาศัยกระบวนการ ทรัพยากร และเทคนิคต่างๆ อย่างเหมาะสม

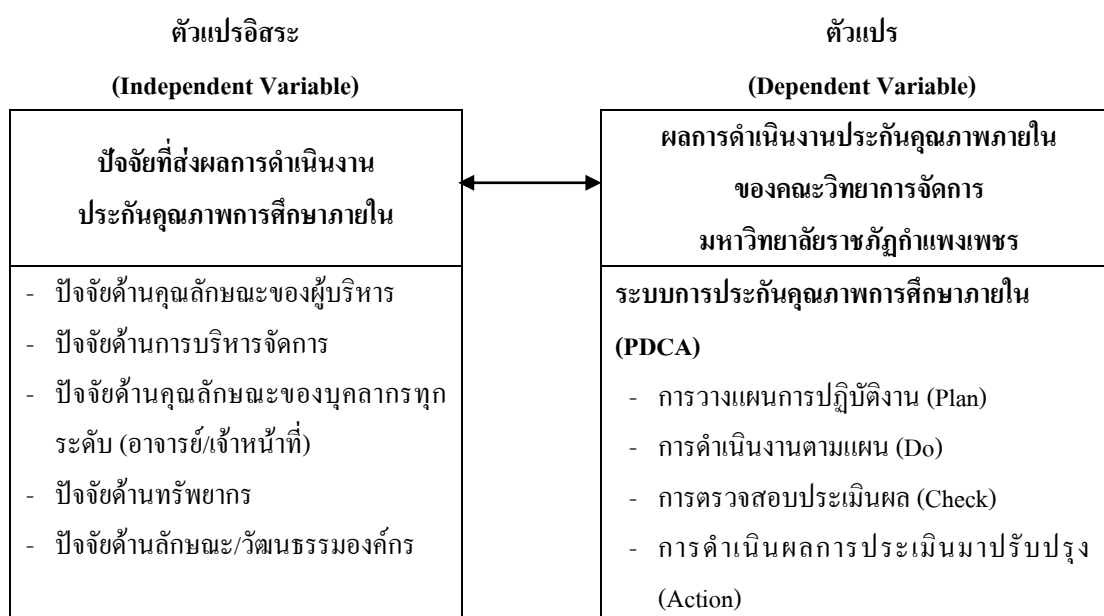
2. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ สเตียร์ส (Steers. 1977 : 51) เสนอว่า ลักษณะขององค์กร ประกอบด้วยโครงสร้างขององค์กรและบทบาทของเทคโนโลยี

3. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบุคลากรทุกระดับ (อาจารย์/เจ้าหน้าที่) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาองค์กรอันจะนำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร สเตียร์ส (Steers. 1977 : 115) ให้แนวคิดในการปฏิบัติงานที่ดีของบุคลากรในองค์กร ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ ดังนี้ (1) ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจตามทฤษฎี X และทฤษฎี Y ของแมกเกรเกอร์ (McGregor, 1960 : 33-34) สรุปไว้ว่า ทฤษฎี X ได้แก่ บุคคลที่ไม่ชอบทำงาน หลีกเลียงและขาดความรับผิดชอบ ส่วนทฤษฎี Y ใช้เรียกบุคคลที่มีความสามารถความคิดริเริ่มรับผิดชอบพร้อมที่จะทำงานเต็มที่เมื่ออยู่ในสภาพที่เอื้ออำนวย (2) เป้าหมายและความต้องการมาสโลว์ (Maslow. 1970 : 47-48) เสนอทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ซึ่งทฤษฎีนี้เชื่อว่าหากบุคคลได้รับการตอบสนองในระดับใดแล้วจะเพิ่มความต้องการขึ้นไปอีกระดับหนึ่งนั่นเอง (3) ความสามารถและความชัดเจนของบทบาทซึ่งมี

ลักษณะเฉพาะตัวและขึ้นอยู่กับความสนใจของบุคคล ทั้งนี้ตัวแปรที่จะสร้างปัญหาในการทำงาน ก็คือความไม่ชัดเจนของบทบาทและความขัดแย้งของบทบาทนั่นเอง

4. ปัจจัยด้านทรัพยากร สเตียร์ส (Steers. 1977 : 98) กล่าวว่าไว้ว่า สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลขององค์การโดยขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังนี้ (1) แนวโน้มของความสำเร็จในการสร้างบรรยากาศในการทำงาน (2) ความเอาใจใส่ต่อพนักงานบุคลากรในองค์การซึ่งมีความสำคัญต่อความสำเร็จของงาน (3) แนวโน้มการให้รางวัล/ การลงโทษ โดยจะพิจารณาตามงานแต่ละอย่าง (4) การลงโทษจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและเกิดผลทางลบในระยะยาว (5) ความมั่นคงกับความเสถียรสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ไม่แน่นอนก่อให้เกิดความไม่มั่นคงปลอดภัยในด้านต่างๆ (6) ความเปิดเผย/ การปกป้องความเปิดเผย มีลักษณะสำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วม ยิ่งผู้นำมีการเปิดเผยข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ ขอบเขตของส่วนเปิดเผยก็จะขยายกว้างยิ่งขึ้น

5. ปัจจัยด้านลักษณะ/วัฒนธรรมองค์กร สมยศ นาวิการ (2543) กล่าวว่าไว้ว่า วัฒนธรรมองค์กรมี 4 รูปแบบ ดังนี้ (1) วัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการ เป็นวัฒนธรรมที่ขึ้นอยู่กับผู้ก่อตั้งเพียงคนเดียว (2) วัฒนธรรมที่มุ่งกลยุทธ์ เป็นวัฒนธรรมที่มีค่านิยมที่มั่นคงและมุ่งภายนอกระยะยาว (3) วัฒนธรรมที่มุ่งตนเอง สะท้อนถึงความจงรักภักดีต่อการเป็นผู้นำองค์กรอย่างตาบอด กระตุ้นความพยายามที่การรักษาความเป็นเลิศของสถาบันเอาไว้โดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่าย (4) วัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร ซึ่งองค์กรจะพยายามสร้างภาพพจน์ของความเหนือกว่าและการเลือกสรรขึ้นมา



ภาพประกอบ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- (1) เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในกับผลการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

1.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร, ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ, ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบุคลากรทุกระดับ (อาจารย์/เจ้าหน้าที่), ปัจจัยด้านทรัพยากร และปัจจัยด้านลักษณะ/วัฒนธรรมองค์กร

1.2 ผลการดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในปีการศึกษา 2556 ในการบริหารระบบประกันคุณภาพภายใน (PDCA)

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย อาจารย์/เจ้าหน้าที่ ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 44 ราย (ได้จากการเปิดตารางกำหนดขนาดของ R. V. Krejcie และ D. W. Morgan)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาตัวแปรตามรายละเอียด ดังนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร, ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ, ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบุคลากรทุกระดับ (อาจารย์/เจ้าหน้าที่), ปัจจัยด้านทรัพยากรและปัจจัยด้านลักษณะ/วัฒนธรรมองค์กร

3.2 ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน (PDCA) ได้แก่ การวางแผนการปฏิบัติงาน (Plan), การดำเนินงานตามแผน (Do), การตรวจสอบประเมินผล (Check) และการดำเนินผลการประเมินมาปรับปรุง (Action)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. **สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.50 มีอายุเฉลี่ยสูงสุด ระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 72.70 และมีความสนใจ/ความรู้/ความเข้าใจ ในงานประกันคุณภาพการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.30 ส่วนใหญ่ปฏิบัติงาน/รับผิดชอบงานที่เกี่ยวข้องกับการประกันคุณภาพการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54.50 และไม่แน่ใจว่ามีประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 36.4

2. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร** กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการบริหารและปัจจัยด้านลักษณะทรัพยากร

3. **การดำเนินงานประกันคุณภาพ โดยใช้ระบบ PDCA** กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้าน ได้แก่ การวางแผนการปฏิบัติงาน , การดำเนินงานตามแผน , การตรวจสอบประเมินผล และการนำผลการประเมินมาปรับปรุง พบว่าแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก

4. **ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร** ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม คือ ระหว่างตัวแปรอิสระกับระบบการประกันคุณภาพภายใน (รวม Y) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกคู่ตัวแปรที่ศึกษา คือ คุณลักษณะของผู้บริหาร (X_1) กับระบบการประกันคุณภาพภายใน (Y) , การบริหารจัดการ (X_2) กับระบบการประกันคุณภาพภายใน (Y) , คุณลักษณะของบุคลากร (X_3) กับระบบการประกันคุณภาพภายใน (Y) , ลักษณะทรัพยากร (X_4) กับระบบการประกันคุณภาพภายใน (Y) , และวัฒนธรรมองค์กร (X_5) กับระบบการประกันคุณภาพภายใน (Y) ดังนั้น ในภาพรวมตัวแปรด้านปัจจัยทุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร** ประกอบด้วย

5.1 วิเคราะห์สมการถดถอยของตัวแปร 5 ด้าน กับระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน : ความแปรปรวนของปัจจัยต่างๆ ต่อการดำเนินงานในภาพรวมของระบบประกันคุณภาพภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้ค่าวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร ร่วมกันทำนายระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายในได้ประมาณร้อยละ 74 เมื่อพิจารณาเฉพาะตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปรด้านการบริหารจัดการ และด้านวัฒนธรรมองค์กร

5.2. วิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัย 5 ด้าน ที่เป็นระบบย่อยทีละด้าน โดยศึกษาสมการถดถอยปัจจัยทั้ง 5 ด้าน กับการวางแผนการปฏิบัติงาน (Plan) : ความแปรปรวนของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการดำเนินงานด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้ค่าวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ ค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร ร่วมกันทำนายด้านการวางแผนการปฏิบัติงานได้

ประมาณร้อยละ 72 เมื่อพิจารณาเฉพาะตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร และการบริหารจัดการ

5.3 วิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัย 5 ด้าน ที่เป็นระบบย่อยทีละด้าน โดยศึกษาสมการถดถอยปัจจัยทั้ง 5 ด้าน กับการดำเนินงานตามแผน (Do) : ความแปรปรวนของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการดำเนินงานด้านการดำเนินงานตามแผน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้ค่าวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ ค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร ร่วมกันทำนายด้านการวางแผนการปฏิบัติงานได้ประมาณร้อยละ 74 เมื่อพิจารณาเฉพาะตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปรด้านการบริหารจัดการ

5.4 วิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัย 5 ด้าน ที่เป็นระบบย่อยทีละด้าน โดยศึกษาสมการถดถอยปัจจัยทั้ง 5 ด้าน กับการตรวจสอบประเมินผล (Check) : ความแปรปรวนของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการดำเนินงานด้านการตรวจสอบประเมินผล มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้ค่าวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ ค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร ร่วมกันทำนายด้านการตรวจสอบประเมินผลได้ประมาณร้อยละ 49 เมื่อพิจารณาเฉพาะตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปรด้านคุณลักษณะของบุคลากร

5.5 วิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัย 5 ด้าน ที่เป็นระบบย่อยทีละด้าน โดยศึกษาสมการถดถอยปัจจัยทั้ง 5 ด้าน กับการนำผลการประเมินมาปรับปรุง (Action) : ความแปรปรวนของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการดำเนินงานด้านการนำผลการประเมินมาปรับปรุง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้ค่าวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร ร่วมกันทำนายด้านการตรวจสอบประเมินผลได้ประมาณร้อยละ 67 เมื่อพิจารณาเฉพาะตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่อยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการบริหารและปัจจัยด้านลักษณะทรัพยากร การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีความตื่นตัวในการบริหารจัดการงานประกันคุณภาพภายในของคณะ เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับตรวจประเมินจากหน่วยงานต้นสังกัด และได้ส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักในเรื่องของการประกันคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยใช้ระบบ PDCA ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานประกันคุณภาพ โดยใช้ระบบ PDCA ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณาเป็นรายชื่อและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นพบว่า มีเพียงข้อเดียวที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการนำข้อเสนอแนะมาใช้ในการปรับปรุงและการประเมินผลการดำเนินงาน

3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยกับระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ผลจากการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม คือ ระหว่างตัวแปรอิสระกับระบบการประกันคุณภาพภายใน (รวม Y) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกคู่ตัวแปรที่ศึกษา

4. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า ความแปรปรวนของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการดำเนินงานในภาพรวมของระบบประกันคุณภาพภายในของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผลการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร ร่วมกันทำนายระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายในได้ประมาณร้อยละ 74.00 เมื่อพิจารณาเฉพาะตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปรด้านการบริหารจัดการ และด้านวัฒนธรรมองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการประเมินคุณภาพการศึกษานอกของสถาบัน
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่องานประกันคุณภาพการศึกษาทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลให้ผลการประเมินอยู่ในระดับที่สูงขึ้น
3. ควรมีการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่นการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นเชิงประจักษ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการ,กรมวิชาการ. (2544). **โครงการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.**
- ธงชัย สันติวงษ์ (2542). **พฤติกรรมบุคคลในองค์กร.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ :ไทยวัฒนาพานิช.
- ภาวิดา ธาราศิริสุทธิ (2542). **หลักและทฤษฎีการบริหารการศึกษา.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. **การวัดและการประเมินผลตามสภาพที่แท้จริงของนักเรียน.** มปป. (เอกสารอัดสำเนา).
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2549). **แนวทางการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา.** กรุงเทพฯ
- สมศักดิ์ ทองเนียม (2546). **ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารกับการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดชลบุรี.** ปรินูญานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมยศ นาวิการ (2543). **การบริหารและพฤติกรรมองค์กร.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์กรุงเทพมหานคร.

- สุพันธุ์ จุมสิมมา (2553). การศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาขนาดเล็กตามวงจร PDCA สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุรินทร์ เขต 3. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- สุภาพร นุชแสง (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาของสำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วิรุฬ แสงงาม (2543). การประกันคุณภาพเพื่อรับรองมาตรฐานการศึกษาของโรงเรียนเอกชนประเภทสามัญในจังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

**ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบพัฒนา และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
บริษัทการบินไทยจำกัดมหาชน**

**THE RELATIONSHIP BETWEEN TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP
AND ORGANISATIONAL COMMITMENT: A STUDY OF THAI AIRWAYS
EMPLOYEES**

Waraporn Srithong *

Saran Jampa

Iratrachar Amornpipat

Department of Aviation Industry Management

Aviation Personnel Development Institute

Kasembundit University

***Corresponding Email: Waraporn.Srit@Gmail.Com**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบพัฒนาและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายการบิน กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานจากบริษัทการบินไทยจำกัด มหาชน รวมจำนวนทั้งสิ้น 152 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถามการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับภาวะผู้นำแบบพัฒนา และแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานรายงานว่าผู้นำของตนมีภาวะผู้นำแบบพัฒนาระดับปานกลาง และพบว่ามี ความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลางเช่นกัน นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างภาวะผู้นำแบบพัฒนาและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งผลที่พบจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้เสนอแนะได้ว่า องค์กรควรส่งเสริมและพัฒนาผู้นำให้มีภาวะผู้นำแบบพัฒนา เพื่อเพิ่มระดับความผูกพันของพนักงานที่ทำงานในองค์กรแห่งนี้

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำแบบพัฒนา, ความผูกพันต่อองค์กร, สายการบิน, ประเทศไทย

ABSTRACT

This study investigates the relationship between transformational leadership style and organisational commitment among airlines employees. It includes 152 participants, who currently are employed as Thai Airways International full time employees from different departments; ground service, flight attendant and technical. The results indicate that the perceptions of their supervisors' transformational leadership and degree

of their commitment to the organisation are moderate. In addition, the relationship between each behavior, the aggregate of transformational leadership and the level of organisational commitment are found to be significantly positive. The implications of these findings for leadership development, and increasing organisational commitment are discussed.

KEYWORDS : transformational leadership, organisational commitment, Airlines, Thailand

INTRODUCTION

In airline industry, it is a service-intensive nature and highly related to labour costs, turnover is a critical issue for any airline company to pay attention as the cost of it may be high (Chen, 2006). A number of studies have suggested that leadership style was one of factors influencing employees' level of organisational commitment (Mowday et al., 1982; Walumbwa et al., 2005). It is because leaders are the closest mediator in the employment environment to ensure satisfaction and commitment incur among their followers (Clinebell et al., 2013). However, employees whom are in charge in customer service sections (i.e. passenger service agent, flight attendants), they appear to have a high variability from their colleagues and leaders, as the result it creates potential pressure which affects their commitment in regard of colleague and leader supports (Bacharach, Bamberger & McKinney, 2000). In this study, the authours aim to determine the relationship between Bass's model of leadership styles and the level of organisational commitment among employee in a major Thai airline, and to identify the impact of leadership behaviours of their supervisor in order to provide an empirical evidence for the airline company, which could be used to develop the supervisory role in increasing organisational commitment among their employees.

THEORETICAL FRAMEWORKS

1. Transformational Leadership (TFL)

Bass (1977) proposed four specific dimensions of TFL:

- Idealised influence: entails putting followers' needs first, being role models for followers, doing the right thing, demonstrating high moral standards, and avoiding the use of power either unnecessarily or for personal gain;
- Inspirational motivation: by providing meaning and challenge to their followers' work, leaders motivate their followers. Furthermore, leaders encourage followers to envision attractive future states;
- Intellectual stimulation: leaders stimulate followers by questioning assumptions, reframing problems, and approaching old situations in new ways;
- Individualised consideration: leaders pay attention to each individual's need for achievement and growth by acting as a coach or mentor. Followers are successfully developed to higher levels of potential.

2. Organisational Commitment

Organisational commitment is defined as the “relative strength of an individual’s identification with an involvement in a particular organisation” (Mowday et al., 1982, p. 27). The concept of organisational commitment contains three major components:

- A strong belief in and acceptance of the organisation’s goals and values;
- A willingness to exert considerable effort on behalf of the organisations;
- A definite desire to maintain organisational membership

LITERATURE REVIEW

In airline industry, Newman and Sheikh (2010) studied the relationship and impact between organisational commitment and employee behaviours in a major Chinese airline company; the result also revealed that pay satisfaction, autonomy and satisfaction with supervision were all positively related to employees’ commitment. In addition, Theerarak’s (2010) research also indicated that there was a positive relationship between job satisfaction and organisational commitment among flight attendants in Thai Airways. She also suggested that by increasing organisational commitment, the company would therefore receive benefit by having a high value serviced delivery to the customers and creating customer loyalty. There are also various studies providing empirical evidence of the relationship between leadership and organisational commitment not limited within airline industry (Bass & Avolio, 1993; Rowden, 2000). Interestingly throughout a review of literature, transformational leadership style has been identified as one of effective leadership (Leung & Bozionelos, 2004 *Confusian) as this type of leadership style creates a sense of trust, admiration and respect from followers to their leaders (Bass & Avolio, 1993). Such positive relationship between transformational leadership and organisational commitment been confirmed in various studies in many cultural context including Thailand context (i.e. Chongvisal, 2002; Newchantuek, 2002; Nilpan, 2000; Rowden, 2000).

However, the impact of cultural values should be paid attention as it plays a crucial role in shaping organisational commitment (Clugston, 2000; Wang, 2002; Williamson 2009). Three key cultural factors affecting Thai leadership style are the influence of organizational elders, catalysts for change, and the influence of young people (Prideaux, 2012). Therefore, an increasing number of the new generation who have absorbed western values and who have studied abroad, have been identified as a major influence on Thai leadership style recently (Niffeneggen, Kuwiat, & Engchanil, 2007; Prideaux, 2012). Such change has shown that transformational leadership style has been adopted more frequently especially in an international working environment like airline industry. Consequently it is logical to predict that airline employees in a Thai major airline will prefer a combination of both leadership styles to enhance their level of organisational commitment. Consequently it is logical to predict that there is a positive relationship between transformational leadership and organisational commitment among airline staff that work for a Thai major airline.

METHODOLOGY AND METHOD

In this section, we describe the population and data collection techniques, instrumentation and the data analyses used.

Population and data collection

The chosen organization is Thai Airways International located at Suvarnabhumi airport, Bangkok Thailand. This research used method by distributing questionnaires to flight attendants, ground staff and technical departments. The population in this study was Thai full-time Thai airways employees. All of whom were sent a survey by mail with a statement that completion of the questionnaire would constitute agreement of informed consent. The participants were requested to return a completed questionnaire in a closed envelope to the lead author's personal campus mailbox. We received 152 questionnaires back.

Table 1 Demographic Characteristics of Participants

	Variable	Number	(%)
Gender			
	Female	55	36.2
	Male	97	63.8
Educational level			
	Bachelor's degree	135	88.8
	Master's degree	17	11.2
Department			
	Ground	40	26.3
	Flight attendant	56	36.8
	Technical	56	36.8
Year of employment			
	Less than 5 years	36	23.7
	6-10 years	44	28.9
	11-15 years	31	20.4
	16 years above	41	27
Total		152	100

The majority of participants were female (36.2%). Most had a Bachelor's Degree (88.8%) and are from ground service and technical departments (36.8%). The respondents mostly had an employment experience with the company around 6-10 years (28.9%). Table1 presents the descriptive statistics for Thai airways International who participated.

Instrument

The questionnaire contained three sections--demographic information, leadership styles, and organisational commitment. The items used were validated and tested for reliability.

Leadership styles. The MLQ version developed by Watthanarat (2013) was chosen. Participants rated their supervisor leadership style with a five-point Likert-type scale. (1, “strongly disagree” to 5, “strongly agree”). These items were developed based on Bass’s (1990) conceptualisation. Thirty items were assessed for transformational leadership style ($\alpha = 0.98$),

Organizational commitment. This portion of the survey contained 30 items on organizational commitment created by Jitpairoch (2005), based on the Organizational Commitment Questionnaire (OCQ) (Mowday et al., 1979), Participants used five-point Likert scale (1, “strongly disagree” to 5, “strongly agree”) to rate their Identification ($\alpha = 0.86$), Involvement ($\alpha = 0.72$); and Commitment to Stay ($\alpha = 0.80$).

DATA ANALYSIS AND RESULTS

Descriptive statistics are first presented, followed by the Pearson correlation for relationship testing at $p = 0.05$.

Descriptive Statistics

The overall mean value of the leadership behaviours for both transformational leadership and organizational commitment level are shown in Table 3.

Table 2 The overall mean vale of transformational leadership and organisational commitment

	Mean	SD
Idealized	3.58	.68
Inspiration	3.45	.66
Intellectual	3.43	.64
Individual	3.41	.66
ALL TF	3.47	.59
ALL OC	3.27	.42
Total (N)	152	

Correlations

Table 3 presents the result of the Pearson correlation used to test the relationship between each component of transformational leadership behaviour and organisational commitment among Thai airways employees. It indicates that each component of transformational leadership behaviour was positively related to the level of organizational commitment.

The category that correlated the highest was “inspirational motivation” ($r=0.539$) followed by “intellectual stimulation” ($r = 0.505$), “individualized consideration” ($r = 0.427$), and “idealized influence” ($r = 0.414$). The correlation between an aggregate transformational leadership behaviour and organizational commitment was also positive related ($r=0.529$). Thus, the hypothesis for this study is supported.

Table 3 Correlation between transformational leadership and organisational commitment

	ID	IS	IT	IC	ALL TF	ALL OC
ID	1					
IS	.786**	1				
IT	.667**	.724**	1			
IC	.716**	.684**	.755**	1		
ALL TF	.900**	.904**	.874**	.879**	1	
ALL OC	.414**	.539**	.505**	.427**	.529**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). N= 152					
ID	=	Idealized influence	IS	=	Inspirational motivation
IT	=	Intellectual stimulation	IC	=	Individual consideration
TF	=	Transformational Leadership	OC	=	Organisational commitment

DISCUSSION

The result presented a moderate level of organizational commitment (mean = 3.27) among Thai airways employees who were included in our study. Interestingly, most of the participants were male and they had a long service of employment. It could be interpreted that the employees of this company may not have intention to leave though the other two dimensions of organisation commitment such as identity and involvement may be the dimensions that affect Thai airways employees. However, with the appropriate leadership like transformational leadership, the employees may be willing to put extra effort into their organization throughout their employment.

The result illustrates that the employees perceived that their immediate supervisors were transformational leadership with the moderate mean value (mean = 3.47). Organization perceived that their supervisors and employees were more transformational leaders than transactional leaders, although the mean

values for both were only moderate. This study also showed a consistent result with other cited research, suggesting a positive relationship between transformational leadership behavior and the level of organizational commitment (Boonyarit et al., 2010; Brown & Moshavi, 2002; Masi & Cooke, 2000).

Inspirational motivation behaviour of transformational leadership received the highest correlated score compared to other behaviours; it may explain that the employees value the supervisors who provide meaning and challenge to their works as well as communicate with them in a way that show their high expectations toward the employees' outcomes. The employees may also expect to receive a challenging task from their supervisors as it help create meaningful work.

As the nature of the airlines work that most of the time employees need to contact with their customers, therefore, problems and challenges may occur unexpectedly based on differently situations. It could be a rational behind of this type of work that often seeks for a person with high problem-solving skill. Therefore, one of employees' skills of this study possibly is problem solving. We see an alignment from the mentioned rational and the finding, it shows the positive relationship between intellectual stimulation behaviour and the level of organisational commitment among the employees. This result could be explained that the employees perhaps want their supervisors to stimulate them to be creative, innovative and systematic by questioning assumptions and construct new approaches in solving problems.

In addition, the relationship between individualised consideration and organisational commitment perhaps explain the need of the employees that would like to have supervisors who pay attention individually to their needs and importantly provide supportive environment. Although, idealised influence shows the highest average mean (mean = 3.58), it presents the weakest relationship with the level of commitment among the employees. We interpret this result, as their supervisors of the employees are able to provide a role model and act ethically. They could gain respect and trust from their employees. Nonetheless, it may be the influence of organizational elders (Prideaux, 2012) that affect the leadership style perceived by the employees.

CONCLUSION

This study presents the average value of commitment among the airline employees, even though most of the participants were with the organisation longer than five years. One potential effect may come from their supervisors as the results show that all components of transformational leadership behaviours significantly related to the level of organisational commitment in a positive way. Transformational leadership could shed light on and important aspect of the interaction between the supervisors and their employees, as a means to increase the level of commitment to the organisation.

LIMITATION AND FUTURE RESEARCH

This study is limited only one particular company, therefore, the result might not be able to generalised. Future research perhaps conduct a replicated study with other Thai airlines companies or does a comparative study between Thai base and non-Thai base airline organisations. Additionally, this study was a first step to get more understanding of currently employees organisational commitment and effective leadership style, for future study, we suggest to adopt more advance analysis to investigate the impact by using more complex statistical technique so that we could acquire deeper understanding of the situation, and ultimately the organisation may use the result to guide their applicable practice.

REFERENCES

- Bacharach, S. B., Bamberger, P., & McKinney, V. (2000). Boundary management tactics and logics of action: The case of peer-support providers. **Administrative Science Quarterly**, 45(4), 704-736.
- Bass, B. M. (1997). Does the transactional–transformational leadership paradigm transcend organizational and national boundaries? **American Psychologist**, 52(2), 130-139.
- Boonyarit, I., Chomphupart, S., & Arin, N. (2010). Leadership, empowerment, and attitude outcomes. **The Journal of Behavioral Science**, 5(1), 1-14.
- Brown, F. W., & Moshavi, D. (2002). Herding academic cats: Faculty reactions to transformational and contingent reward leadership. **Journal of Leadership & Organizational Studies**, 8(3), 79-93.
- Chen, C. F. (2006). Job satisfaction, organizational commitment, and flight attendants' turnover intentions: A note. **Journal of Air Transport Management**, 12(5), 274-276.
- Chongvisal, R. (2002). Effects of middle supervisor's emotional intelligence, the 5-factor model of personality, and model of full-range of leadership on job performance and subordinate's job satisfaction in business organization. **Journal of Public Administration**, 3, 77-111. (in Thai).
- Clinebell, S., Škudienė, V., & Trijonyte, R. (2013). Impact of leadership styles on employee organizational commitment. **Journal of Service Science**, 6(1), 139-151.
- Clugston, M., Howell, J. P., & Dorfman, P. W. (2000). Does cultural socialization predict multiple bases and foci of commitment?. **Journal of management**, 26(1), 5-30.
- Jitpairoj, P. (2005). Organizational commitment of personnel in education service area office in Ministry of Education inspection Zone 7 (Unpublished Master's thesis). Silpakorn University, Bangkok, Thailand (in Thai).
- Leung, S. L., & Bozionelos, N. (2004). Five-factor model traits and the prototypical image of the effective leader in the Confucian culture. **Employee Relations**, 26(1), 62-71.

- Masi, R. J., & Cooke, R. A. (2000). Effects of transformational leadership on subordinate motivation, empowering norms, and organizational productivity. **International Journal of Organizational Analysis**, 8(1), 16-47.
- Mowday, R.T., Porter, L.W., & Steers, R.M. (1982). **Employee-organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover**. New York, NY: Academic Press.
- Newchantuek, P. (2002). The relationship between supervisor's leadership, organizational commitment and job performance of employee of ITV public company limited (Unpublished Master's thesis). Kasetsart University, Bangkok, Thailand. (in Thai).
- Newman, A., & Sheikh, A. Z. (2012). Organizational rewards and employee commitment: a Chinese study. **Journal of Managerial Psychology**, 27(1), 71-89.
- Niffenegger, P., Kulviwat, S., & Engchanil, N. (2006). Conflicting cultural imperatives in modern Thailand: global perspectives. **Asia Pacific Business review**, 12(4), 403-420.
- Nilpan, D. (2002). The relationship among leadership of executive, job satisfaction and organizational commitment of employee: Case study on the telecommunication industry (Unpublished Master's thesis). Kasetsart University, Bangkok, Thailand. (in Thai).
- Prideaux, M. (2012) Factors influencing leadership in Thailand: an exploratory study. Paper presented at the 5th Biennial Conference of the Academy of World Business, Marketing and Management Development, Budapest, Hungary.
- Rowden, R. W. (2000). The relationship between charismatic leadership behaviors and organizational commitment. **Leadership & Organization Development Journal**, 21(1), 30-35.
- Theerarak, K. (2010). The Relationship between Job Satisfactions and Organizational Commitment: A Case Study of Flight Attendants in Thai Airways International. Proceedings of Bangkok University Research Conference, Thailand.
- Walumbwa, F. O., Orwa, B., Wang, P., & Lawler, J. J. (2005). Transformational leadership, organizational commitment, and job satisfaction: A comparative study of Kenyan and US financial firms. **Human Resource Development Quarterly**, 16(2), 235-256.
- Wathanarat, A. (2013). Transformational Leadership, Happy Management and Happiness at Work (Unpublished Master's thesis). National Institute of Development Administration, Bangkok, Thailand. (in Thai).

**ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร
กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14**
**THE RELATIONSHIPS BETWEEN THE ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP
BEHAVIOR AND JOB EFFECTIVENESS OF THE COOPERATIVE
MANAGER IN INSPECTION AREA 14.**

เขมรจิรา ผินภูเหลื่อม

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

E-mail : au-as@windowslive.com

เบญจภา สุทธะพินทุ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ภาคภูมิ หมี่เงิน

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 จากกลุ่มตัวอย่าง 216 ราย ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 ประกอบด้วย การให้ความช่วยเหลือ การคำนึงถึงผู้อื่น ความอดทนอดกลั้น การให้ความร่วมมือ และความสำนึกในหน้าที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ปริมาณผลงานและคุณภาพของผลงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กันสูงและสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

ABSTRACT

The objective of this research was to study the relationships between the organizational citizenship behavior and job effectiveness of the cooperative managers in inspection area 14. The data was collected by among question survey 216 cooperative managers in inspection 14. The statistical analysis applied in this study include frequency, percentage, average and standard deviation. The hypothesis then was tested by Pearson's Product Moment Correlation Analysis. The statistical result of study reveal that overall, the organizational citizenship behavior include Altruism, conscientiousness, sportsmanship, courtesy and civic virtue were rated as high level. The statistical result of study reveal that overall, job effectiveness include quantity of work and quality of work were rated as high level. The result of hypothesis testing found that the organizational citizenship behavior correlate the job effectiveness of the cooperative managers with a significant level at 0.01, high relationships and same direction.

KEYWORDS : Organizational Citizenship Behavior, Job Effectiveness

บทนำ

ในปัจจุบันองค์กรและหน่วยงานต่างๆ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการบริหารงานบุคลากรมากขึ้น เนื่องมาจากการที่องค์กรมีขนาดใหญ่และการดำเนินงานมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา ประกอบกับมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในองค์กรมากยิ่งขึ้น จึงมีความปรารถนาที่จะได้คนดีมีความสามารถเข้ามาทำงานด้วย ซึ่งสหกรณ์ก็เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานและการดำเนินธุรกิจหลาย ๆ ด้าน ซึ่งได้มีการให้ความสำคัญกับการบริหารงานบุคลากรโดยมีความเชื่อว่า หากองค์กรได้มีการพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีความรู้ความสามารถ มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแล้ว ก็จะเป็นการเพิ่มขีดศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จได้จากการพัฒนาบุคลากรในองค์กรอย่างยั่งยืน

ผู้จัดการสหกรณ์เป็นตำแหน่งที่มีความสำคัญขององค์กรที่ปฏิบัติงานทางด้านฝ่ายจัดการของสหกรณ์ ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ปริมาณงานที่ทำมีจำนวนมาก ถ้าหากผู้จัดการสหกรณ์มีการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรแล้ว ก็จะทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น มีคุณภาพชีวิตในการทำงานในระดับสูง ในขณะที่ผู้จัดการบริหารงานสหกรณ์อยู่นั้น ผู้จัดการยังต้องช่วยเหลือคณะกรรมการดำเนินการในการจัดหาข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ ให้แก่คณะกรรมการดำเนินการเพื่อช่วยเหลือในการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร โดยจะเป็นการลดจำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงานเพียงหน้าที่เดียวให้บุคลากรสามารถทำงานได้หลายบทบาท ช่วยเสริมสร้างผลผลิตภาพด้านการจัดการเหมือนมีทรัพยากรบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างไม่จำกัด ที่มีเป้าหมายมุ่งไปในการสร้างผลงานมีการช่วยเหลือการทำงานของผู้ร่วมงานทั้งภายในและภายนอกกลุ่มงาน ทำให้เกิดการเรียนรู้ครบวงจรอันจะทำให้บุคลากรสามารถสร้างผลงานได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้สามารถรักษาและดึงดูดให้บุคลากรที่ดีให้คงอยู่กับองค์กร สนับสนุนความคงที่และเพิ่มเสถียรภาพของการปฏิบัติงานในองค์กร ผลงานที่ปฏิบัติก็จะมีคุณภาพและเสร็จทันตามกำหนดเวลา ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน แต่หาก

ผู้จัดการสหกรณ์ขาดการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรแล้วปัญหาต่างๆ ก็จะตามมา เช่น ละเลยการปฏิบัติหน้าที่ ขาดความรับผิดชอบต่องาน ขาดงาน หยุ่งงาน ลาออกจากงาน เกิดการสูญเสียบุคลากรที่สำคัญขององค์กรและต้องสูญเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมบุคลากรใหม่ เพื่อให้มีศักยภาพที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 เนื่องจากองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการบริหารงานบุคลากรมากขึ้น ซึ่งสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 ก็เช่นเดียวกัน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 และธุรกิจประเภทอื่น ๆ เพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14

สมมติฐานการวิจัย

พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

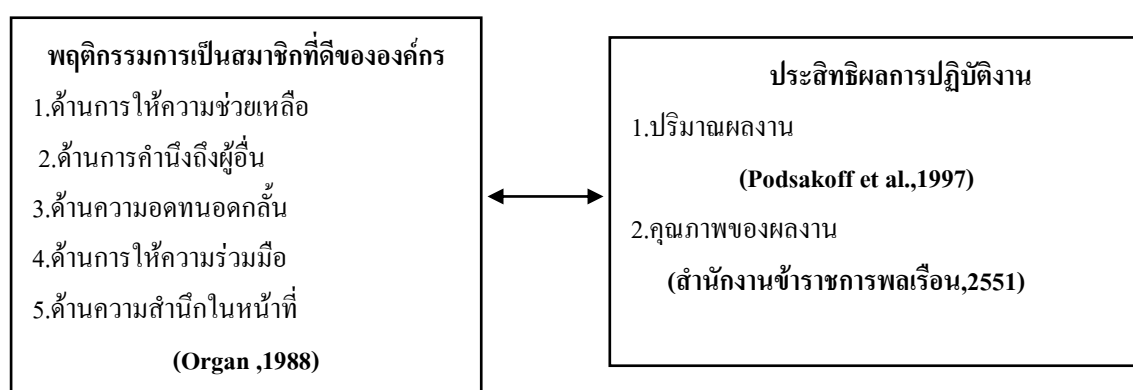
ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของ Organ (1988) มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบพฤติกรรมต่างๆ 5 ด้าน คือ ด้านการให้ความช่วยเหลือ (Altruism) ด้านการคำนึงถึงผู้อื่น (Courtesy) ด้านความอดทนอดกลั้น (Sportsmanship) ด้านการให้ความร่วมมือ (Civic Virtue) และด้านความสำนึกในหน้าที่ (Conscientiousness) จากผลการวิจัยของ สุภาพร อามาศย์ (2550) พบว่าการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับแนวคิดการวัดประสิทธิผลการปฏิบัติงานของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวัดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน 2 ด้าน คือ ด้านปริมาณผลงาน (Quantity of work) ได้นำแนวคิดในงานวิจัยของ Podsakoff, Aheame, and Mackenzie (1997) มาประยุกต์ใช้และด้านคุณภาพของผลงาน (Quality of work) ใช้หลักเกณฑ์การวัดประสิทธิผลของสำนักงานข้าราชการพลเรือน (2551) มาประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 จากผลการวิจัยของ บัวผัน เขตการ (2550) พบว่าประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยของ อรรถสิทธิ์ มณีประ (2554) พบว่า พนักงานส่วนตำบลระดับผู้บริหารมีประสิทธิผลการปฏิบัติงานอยู่ระดับสูง และผลการวิจัยของ สุภาพร อามาศย์ (2550) พบว่า นักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิผลการปฏิบัติงานโดยรวมในระดับมาก

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว สามารถกำหนดสมมติฐานแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ และพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังภาพประกอบ 1

H_0 : พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14

H_1 : พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973 : 125) ซึ่งให้ความเชื่อมั่น 95% โดยคิดจากจำนวนของประชากรทั้งสิ้น 471 ราย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 216 ราย ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมทุกประเภทสหกรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2-3 เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 ซึ่งข้อคำถามเป็นมาตรวัดแบบประมาณค่าตามแนวทางของไลเคิร์ต (Likert Scale) มี 5 ระดับ ตอนที่ 4 เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในด้านความตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องข้อคำถาม (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน พบว่า มีค่าความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกข้อ (ค่า IOC มากกว่า 0.50) ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach, 1974 : 161) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้านพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรค่าเท่ากับ 0.851 และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้านประสิทธิผลการปฏิบัติงานค่าเท่ากับ 0.835 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น เพราะได้ค่ามากกว่าค่ามาตรฐาน 0.7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2550 : 236-238)

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ค่าความถี่และร้อยละเพื่ออธิบายลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ขณะที่การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ใช้สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง โดยขอความร่วมมือจากผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 ตอบแบบสอบถามจำนวน 216 ชุด และได้รับแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์กลับคืนมา จำนวน 216 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

ผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 60.60) มีอายุระหว่าง 46-55 ปี (ร้อยละ 44.91) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 67.13) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 58.33) มีประสบการณ์ในตำแหน่งผู้จัดการสหกรณ์ ระหว่าง 11-15 ปี (ร้อยละ 26.85) และมีรายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบันระหว่าง 15,000-25,000 บาท (ร้อยละ 40.28)

ขณะที่ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พบว่า ผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 มีพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 มีพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านการคำนึงถึงผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ ด้านความอดทนอดกลั้น ($\bar{X} = 4.32$) ด้านความสำนึกในหน้าที่ ($\bar{X} = 4.31$) ด้านการให้ความร่วมมือ ($\bar{X} = 4.30$) และด้านการให้ความช่วยเหลือ ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน พบว่า ผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 มีประสิทธิผลการปฏิบัติงานโดยภาพรวมทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 มีประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของผลงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมา คือ ประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านปริมาณผลงาน ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย พบว่า พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กันสูงและสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 มีพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ ตามวงษ์วาน (2554) ที่พบว่า พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โรงไฟฟ้าเอกชน

ขนาดเล็กในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร อามาตย์ (2550) ที่พบว่านักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสหกรณ์เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นจากการตามหลักแนวคิด การช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามความหมายของ สหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2556) หมายความว่า คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2556) ดังนั้น ภายในองค์กรจึงมีความสัมพันธ์กันฉันท์พี่น้อง มีความสนิทสนมกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันแม้ไม่ใช่หน้าที่ ร่วมกันให้มีการบริการสมาชิกที่ดี การที่ผู้จัดการสหกรณ์มีการสร้างระบบ การทำงานของตนเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาให้กับผู้อื่น คำนึงถึงการกระทำของตนเองที่อาจเกิดผลกระทบต่อ เพื่อนร่วมงานคนอื่น รับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานเสมอ ปฏิบัติตนต่อผู้อื่นด้วยความสุภาพและเหมาะสม ไม่ล้อเลียนหรือวิจารณ์เพื่อนร่วมงานที่ทำงานผิดพลาด เคารพต่อสิทธิของเพื่อนร่วมงาน ลูกน้อง หรือหัวหน้างาน ทำให้ผู้ได้บังคับบัญชาเห็นเป็นตัวอย่างที่ดี ยึดถือเป็นแบบอย่าง มีความสุขในการทำงาน ผลการปฏิบัติงานก็ออกมาดี ซึ่งตรงกับแนวความคิดของ Organ (1987) ที่ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น (Courtesy) หมายถึง พฤติกรรมการคำนึงถึงบุคคลอื่นซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการทำงานขึ้น เนื่องจากการทำงานในองค์กรนั้น ทุกคนต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 โดยภาพรวมทั้งสองด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะด้านคุณภาพของผลงาน ที่มีค่าเฉลี่ยสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ บัวผัน เขตการ (2550) ที่ได้ศึกษาประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพใน โรงพยาบาลชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ และผลการศึกษพบว่า ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพใน โรงพยาบาลชุมชน จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถสิทธิ์ มณีปุระ (2554) ที่พบว่า พนักงานส่วนตำบลระดับผู้บริหารมีประสิทธิผลการปฏิบัติงานอยู่ระดับสูง และ สอดคล้องงานวิจัยของ สุภาพร อามาตย์ (2550) ที่พบว่านักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีประสิทธิผลการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพผลงาน ด้านปริมาณ ผลงาน และด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน เนื่องจาก ในปัจจุบันนี้ การดำเนินงานของแต่ละองค์กรจะต้องมีการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย แผนการดำเนินงานประจำปี เพื่อเป็นกรอบและทิศทางที่องค์กรจะต้องดำเนินไป บางองค์กรมีการจัดทำแผนกลยุทธ์กำหนดแผนงานไว้ล่วงหน้า 3 ปี หรือ 5 ปี และมีการติดตามประเมินผลเพื่อ เปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้ การประเมินประสิทธิผลเป็นการวัดผลสัมฤทธิ์เทียบกับเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ ของการปฏิบัติงาน ก็คือว่าผลลัพธ์หรือผลผลิตที่เกิดขึ้นบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงไร ซึ่งบุคลากรคือปัจจัยหนึ่งที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนแผนที่วางไว้และที่สำคัญคือ ในการทำงานของบุคลากรในองค์กร เป้าหมายก็คือ การทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งผลงานขององค์กรก็จะเป็นตัววัดประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร เช่น ถ้าองค์กรบรรลุเป้าหมาย มีความก้าวหน้า และ อยู่รอด บุคลากรก็จะอยู่ได้ ไม่ถูกปลดออกจากการงาน เพื่อความอยู่รอดของตัวพนักงานเอง จะต้องมีการพัฒนา ความรู้ความสามารถ มีการปฏิบัติงานให้ได้คุณภาพ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการสหกรณ์ในเขตตรวจราชการที่ 14 พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Griffin (1996: 466) ที่ได้กล่าวถึง พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรว่าเป็น พฤติกรรมของบุคคลที่มีผลทางบวกต่อองค์กร แสดงถึงการให้ความช่วยเหลือพนักงานที่เข้ามาใหม่โดยการแนะนำงานให้มีความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ในการทำงานเป็นทีมมาทำงานตรงต่อเวลาทุกครั้ง ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Lavelle, Rupp & Brockner (2007), Podsakoff, Mackenzie, Paine & Bachrach (2000) ที่ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เป็นพฤติกรรมที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการปฏิบัติงานขององค์ให้ดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับแนวความคิดของ Organ (1987) ที่ระบุว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร นั้นจะช่วยให้เกิดได้ทั้งผลลัพธ์ที่ดีต่อองค์กรและส่วนบุคคล (Organizational Outcomes and Individual Outcomes) เพราะการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรจะช่วยให้บุคลากรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานสูงขึ้น เพราะพนักงานจะทำงานเต็มความสามารถ เพราะมีแรงจูงใจภายใน (Internal Motivation) ที่ดี เมื่อนั้นองค์กรจะมีผลิตภาพ (Productivity) ที่ดีขึ้น ก็จะทำให้พนักงานมีความมั่นคงในอาชีพมากยิ่งขึ้น จึงอาจสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร จะช่วยเพิ่มประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ช่วยให้ความต้องการขององค์กรและพนักงานมีความใกล้เคียงและก็ไปด้วยกันได้ดี ท้ายสุดก็เกิดผลดีด้วยกันทั้งสองฝ่าย ก็คือ ทั้งองค์กรและสมาชิคนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลของการวิจัยไปใช้ คือ องค์กรไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ ควรจัดให้มีการประเมินประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญหนึ่งของการกำกับดูแลองค์กรที่ดี เป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหาร เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาสามารถกำหนดมาตรฐาน หรือเป้าหมายในการปฏิบัติงานร่วมกันและทำให้พนักงานได้ทราบถึงประสิทธิผลการปฏิบัติงานที่แท้จริงของตนเอง รวมทั้งปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไข ตลอดจนการพัฒนาตนเอง ผลของการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นว่าพนักงานที่มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร คือ พนักงานที่มีพฤติกรรมหรือลักษณะการปฏิบัติงานที่ทุ่มเทกำลังความสามารถและความพยายามที่มีได้คำนึงเพียงการพิจารณาว่าสิ่งนั้นเป็นหน้าที่ตนหรือไม่ แต่กลับยินดีช่วยเหลืองานที่เห็นว่าจะเกิดประโยชน์แก่องค์กรหรือหน่วยงานของตนอย่างเต็มใจ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับทำให้ผลตอบแทนที่เป็นระบบ การให้รางวัลที่เป็นทางการหรือการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) หรือถูกบังคับ หากกระทำไปด้วยจิตใจที่ปรารถนาจะเห็นองค์กรของตนประสบความสำเร็จและเจริญรุ่งเรือง ดังนั้น หัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชาจึงควรส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงานได้แสดงพฤติกรรมเหล่านี้เพื่อประโยชน์ขององค์กร Becton, Giles & Schraeder, (2008)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป จากการทบทวนวรรณกรรมจะพบว่า มีการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่มุ่งเฉพาะผลลัพธ์ที่เป็นเชิงบวก เช่น การศึกษาผลลัพธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) หรือผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Job Performance) แต่ยังขาดการศึกษาผลกระทบด้านลบที่ส่งผลต่อระดับองค์กรและระดับปัจเจกบุคคล ดังนั้น จึงควรศึกษาเรื่อง

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีที่มีผลกระทบด้านลบส่งผลต่อระดับองค์การ ผู้วิจัยควรพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติมที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการแสดงออกของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เพื่อให้เกิดความหลากหลาย เช่น สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและควรศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้บรรยากาศองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานสหกรณ์การเกษตรในเขตตรวจราชการที่ 14 เพื่อดูความแตกต่างของตัวแปรด้วย

เอกสารอ้างอิง

บุญใจ ศรีสถิตนรากร.2550 .. ระเบียบวิธีการวิจัย : แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จกรุงเทพฯ . : ยูเอเอ็นไอค์ อินเตอร์มีเดีย.

บัวผัน เขตการ. 2550. “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำ และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดนครสวรรค์วิทยานิพนธ์ พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต”. การบริหารการ (พยาบาลมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

สิริลักษณ์ ตามวงษ์วาน . 2554 . “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กรณีศึกษา : โรงไฟฟ้าเอกชนขนาดเล็กในเขตอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา.” ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุภาพร อมาตย์ .2550 . “ความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อรรถสิทธิ์ มณีประ. 2554. “ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบลระดับผู้บริหาร ศึกษาเฉพาะกรณี : องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดสมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

Becton, J. B.; Giles, W. F. & Schraeder, M. (2008). Evaluating and Rewarding OCBs: Potential Consequences of Formally Incorporating Organizational Citizenship Behavior in Performance Appraisal and Reward Systems. **Employee Relations**. 30(5), 494- 514.

Cronbach, Lee J. (1974). **Essentials of psychological testing**. 3rd ed. New York : Mcgraw-Hill.

Griffin, R.W. (1996). **Management**. 5th ed. Boston: Houghton Mifflin Company.

Lavelle, J. J.; Rupp, D. E. & Brockner, J. (2007). Taking a Multifoci Approach to the Study of Justice, Social Exchange, and Citizenship Behavior: The Target Similarity Model. **Journal of Management**.(6)33, .866-841

Organ, D.W. “A Restatement of the Satisfaction – Performance Hypothesis,” **Journal of Management**. 1(14) : 547-558, 1988.

Organ, D.W. “Organizational Citizenship Behavior,” **The Good Soldier Syndrome Management**. 1(11) : 547-558, 1987.

Podsakoff, P.M., M. Ahearne and S.B. MacKenzie. 1997. Organizational citizenship behavior and the quantity and work group performance. **Journal of Applied Psychology**.82(February 1997): 262-270.

Yamane, Taro. (1973). **Statistic : An introduction analysis**. 2nd ed. New York : Harper and Row.

**ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค
และความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา**
**RELATIONSHIP BETWEEN JOB CHARACTERISTICS,
ADVERSITY QUOTIENT AND HAPPINESS AT WORK OF EMPLOYEES
IN NAKHON RATCHASIMA MUNICIPAL FINANCE DIVISION**

ปัญญากาญจน์ พงษ์พิมาย

นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

E-mail : meaw4320pp@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค และความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค และความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา โดยการแจกแบบสอบถามไปยังบุคลากรซึ่งปฏิบัติงานในกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 215 คน จากประชากรทั้งหมด 463 คนและวิเคราะห์ผลการศึกษาใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ผลการวิจัย พบว่า 1) บุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา มีการปฏิบัติงานตามคุณลักษณะงาน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2) บุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา มีความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3) บุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา มีความสุขในการทำงาน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 4) การปฏิบัติงานตามคุณลักษณะงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 5) ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคของบุคลากรกองคลังเทศบาล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : คุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค ความสุขในการทำงาน

ABSTRACT

This research aimed to explore job characteristics, adversity quotient and happiness at work of employees in Nakhon Ratchasima Municipal Finance Division and to investigate relationship between job characteristics, adversity quotient and happiness at work of employees in Nakhon Ratchasima Municipal Finance Division. The questionnaire was distributed to 215 municipal officials and employees out of 463 total population, who

worked for Nakhon Ratchasima Municipal Finance Division. Data analysis using were Mean ($\bar{X}$), Standard Deviation (S.D.), and Pearson Correlation Analysis (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) This research had showed : 1) Municipal Officials and employees who work for Nakhon Ratchasima Municipal Finance Division demonstrated high average of job performance level according to job characteristics. 2) Municipal Officials and employees who work for Nakhon Ratchasima Municipal Finance Division showed high average performance level of adversity quotient. 3) Municipal Officials and employees who work for Nakhon Ratchasima Municipal Finance Division were happy with their work at high average level. 4) Relationship between job characteristics and happiness at work of employees in Nakhon Ratchasima Municipal Finance Division showed a positive correlation at the statistical level .01. 5) The adversity quotient and achieve happiness at work of employees in Nakhon Ratchasima Municipal Finance Division showed a positive correlation at the statistical level .01.

KEYWORDS : Job characteristics, Adversity Quotient and Happiness at work

1. บทนำ

เมื่อกล่าวถึงการทำงาน คนส่วนใหญ่มองการทำงานว่า เป็นกิจกรรมสำคัญเสมือนเป็นกิจกรรมหนึ่งของชีวิตจนบางครั้งไม่สามารถแยกออกจากกันได้ โดยเฉพาะยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงเช่นปัจจุบัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) มุ่งพัฒนาประเทศเพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวรับมือกับการแข่งขันที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนสู่การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันตามวิสัยทัศน์ของแผนฯ ทำให้เห็นว่า ประเทศมีแนวทางในการดำเนินการสร้างความสุขเป็นแนวทางพัฒนาประเทศที่สำคัญ และแผนฯ สามารถดำเนินการได้ทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์การภาครัฐและเอกชน เนื่องจากองค์กร ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากปัจจัยตามที่แผนฯ ระบุอย่างต่อเนื่อง เมื่อองค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลงพนักงาน สภาพแวดล้อมชุมชนโดยรอบ ย่อมได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2554)

ผลการสำรวจตามโครงการรายงานสถานการณ์สุขภาพประจำปี 2552 (ประเวช ตันติพิวัฒนสกุล และคณะ , 2554 : 38-41) ได้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาพจิตกับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพจิตหรือความสุขของคนไทย โดยเฉพาะประชากรในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งอยู่ในกลุ่ม จังหวัดสุขน้อย อันเนื่องมาจากประชากรส่วนหนึ่งมีสถานภาพหม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ การมีสถานภาพเป็นหัวหน้าของครัวเรือน การไม่ได้ประกอบอาชีพ การมีรายจ่ายมากกว่ารายได้ทั้งของครัวเรือนและบุคคล การมีหนี้สินของครัวเรือน ครอบครัวไม่มีเวลาให้กันเพียงพอ มีการนำหลักคำสอนทางศาสนาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาบ่อยครั้ง รวมถึงผลกระทบจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกและการเมืองในประเทศ เป็นต้น

หน่วยงานเทศบาลเป็นองค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนและมีนโยบายในการบริหารงาน เพื่อบำบัดทุกข์บำรุงสุขให้กับประชาชนคนท้องถิ่นให้ได้รับประโยชน์สูงสุด องค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้หน่วยงานเทศบาลสามารถดำเนินงานเพื่อตอบสนองนโยบายได้นั้น บุคลากรในหน่วยงานต้องมีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้ดี การที่บุคคลจะมีความสุขในการทำงานนั้น ก็ขึ้นอยู่กับที่ได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัยด้วยกัน ดังนั้น พนักงานหรือบุคลากรขององค์กรจึงต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและความก้าวหน้าในงาน ดำรงชีวิตและสามารถดำเนินกิจการงานอย่างผาสุกต่อไป ซึ่งความสุขเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา เมื่อมองจากมุมมองของการพัฒนาประเทศแล้ว เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาคือการสร้างความสุขให้กับประชาชน เนื่องจากความสำคัญของความสุขมีผลต่อการพัฒนาบุคคลและองค์กรในทิศทางที่ดี นำไปสู่การมีอิสรภาพในการใช้ชีวิต ตลอดจนการมองโลกในแง่ดี ทำให้เกิดภูมิคุ้มกันในชีวิตและจิตใจที่สงบ ทำให้บุคลากรมีศักยภาพในการปฏิบัติงานและการทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น สามารถเป็นแนวทางหลักของการพัฒนาประเทศได้ในอนาคต

จากเหตุผลที่กล่าวมานั้น เป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้างานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยด้านการทำงาน ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคและความสุขในการทำงานของ ทักษิณา เทพสุริวงศ์ (2550) และ ประทุมทิพย์ เกตุแก้ว (2551) แต่งงานวิจัยทั้งสองเรื่องเป็นงานวิจัยที่มีกลุ่มตัวอย่างเป็นพยาบาลประจำการ โรงพยาบาล แต่ยังไม่มีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการทำงาน ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคและความสุขในการทำงานขององค์กรระดับท้องถิ่น จึงเห็นได้ว่าการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา ครั้งนี้ จะเป็นการเพิ่มความรู้ที่มีประโยชน์ต่อวงการพัฒนาทรพยากรมนุษย์ในระดับท้องถิ่น อันจะช่วยในการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในระดับท้องถิ่น ตลอดจนสอดคล้องกับความสุขในการทำงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะงาน ของบุคลากรกองคลังเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค ของบุคลากรกองคลังเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาความสุขในการทำงาน ของบุคลากรกองคลังเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา นั้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์งานวิจัยของ ประทุมทิพย์ เกตุแก้ว (2551) ตลอดจนศึกษาแนวคิดของ Hackman and Oldham (1980) เกี่ยวกับคุณลักษณะงาน ประกอบด้วย 1) ความหลากหลายของทักษะ 2) ความมีเอกลักษณ์ของงาน 3) ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการปฏิบัติงาน และผลสะท้อนกลับจากงาน และศึกษาแนวคิดของ Stoltz (1997) เกี่ยวกับความสามารถในการ

เผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค ประกอบด้วย 1) ความสามารถในการควบคุม 2) ต้นเหตุและความรับผิดชอบ 3) ผลกระทบที่จะมาถึง และ 4) ความอดทน รวมทั้งได้สังเคราะห์งานวิจัยของทัศนิกา เทพสุริวงศ์ (2550) โดยการศึกษาแนวคิดของ Peter B Warr (1990) เกี่ยวกับความสุขในการทำงาน ประกอบด้วย 1) ความมุ่งมั่นในงาน 2) ความพึงพอใจในงาน และ 3) ความกระตือรือร้นในการทำงาน เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ

ด้านคุณลักษณะงาน ประกอบด้วย (1) ความหลากหลายของทักษะ (2) ความมีเอกลักษณ์ของงาน (3) ความสำคัญของงาน (4) ความมีอิสระในการปฏิบัติงาน (5) ผลสะท้อนกลับจากงาน

ด้านความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค ประกอบด้วย (1) ความสามารถในการควบคุม (2) ต้นเหตุและความรับผิดชอบ (3) ผลกระทบที่จะมาถึง (4) ความอดทน

2. ตัวแปรตาม คือ ความสุขในการทำงาน ประกอบด้วย (1) ความมุ่งมั่นในงาน (2) ความพึงพอใจในงาน (3) ความกระตือรือร้นในการทำงาน

2. ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะงาน

คุณลักษณะของงานที่เป็นแนวคิดทฤษฎีของ Hackman and Oldham (1980) ที่ได้อาศัยทฤษฎีปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนของ Herzberg มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปรับปรุงงานและออกแบบงานใหม่ ต่อมาได้พัฒนาเป็นแบบจำลองคุณลักษณะของงานที่แสดงถึงด้านของงาน 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ความหลากหลายของทักษะ (2) ความมีเอกลักษณ์ของงาน (3) ความสำคัญของงาน (4) ความมีอิสระในการปฏิบัติงาน และ (5) ผลสะท้อนกลับจากงาน ซึ่งจะนำไปสู่ภาวะทางจิตใจที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจ ความพึงพอใจในงาน และประสิทธิผลในการทำงาน โดยอิทธิพลจากคุณลักษณะของงานจะส่งผลไปยังภาวะทางจิตใจที่มีผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน (สุภาพร เหมือนละม้าย, 2556) และ คุณลักษณะของงานที่เกี่ยวกับการเพิ่มคุณค่างานเป็นรูปแบบการจัดคุณลักษณะของงาน (Job Characteristic Model) ซึ่งมีพื้นฐานของการพิจารณาที่เชื่อว่าสภาวะทางจิตวิทยา (Psychological) 3 ประการที่สำคัญ (รงชัย สันติวงษ์, 2541) ได้แก่ (1) ความหมาย ความสำคัญจากงานที่ได้ทำ (2) การได้รับผิดชอบในงานที่ทำ และ (3) การมีโอกาสรู้ถึงผลของงานที่ตนได้ทำไปนั้นจะมีผลกระทบต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงาน เมื่อผู้ทำงานได้มีโอกาสได้รู้ได้สัมผัสกับทั้งสามสิ่งนี้ผู้นั้นจะเกิดความรู้สึกตื่นตัวและมีแรงจูงใจอยากจะทำงานมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค

ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคหรือเชาวนในการแก้ปัญหาหรือเชาวน์แห่งความอดทนหรือความอดทน หรือ AQ มาจากคำว่า Adversity Quotient โดยผู้ที่ศึกษาและเผยแพร่แนวคิดนี้คือ Stoltz (1997) ได้แบ่งองค์ประกอบของความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคออกเป็น 4 มิติ ซึ่งใช้ในการประเมินระดับของความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค โดยมีรายละเอียดในแต่ละมิติ (วิเชียร เกตุสิงห์และคณะ, 2552) ดังนี้ (1) การควบคุม (C=Control) หมายถึงระดับการรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมตนเองให้สามารถข้ามผ่านเหตุการณ์ที่ยากลำบากและอุปสรรคไปได้ (2) สาเหตุและความรับผิดชอบ (O_2 = Origin and Ownership) หมายถึงระดับความสามารถในการวิเคราะห์หาสาเหตุและปัจจัยอื่นที่เป็นองค์ประกอบของอุปสรรคว่ามีสาเหตุมา

จากอะไร โดยการพิจารณาจากพฤติกรรมของตนเองมากกว่าความสามารถของตนเองที่ก่อให้เกิดความผิดพลาด แล้วเรียนรู้ที่จะปรับปรุงแก้ไข โดยไม่มีการตำหนิตัวเอง รวมถึงไม่ผลักภาระความรับผิดชอบให้ผู้อื่น (3) การกระจายตัวของปัญหา (R=Reach) หมายถึงการวัดผลการกระจายของความยุ่งยากของปัญหาที่มีต่อการดำเนินชีวิตของแต่ละคนว่ามีมากน้อยเพียงใด (4) ความอดทนต่อความยืดหยุ่นของปัญหา (E=Endurance) หมายถึงการรับรู้ถึงความคงทนของอุปสรรคได้มากหรือน้อย และความสามารถในการจัดการกับความยืดหยุ่นของอุปสรรค รวมถึงหาวิธีที่จะขจัดปัญหาให้หมดไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสุขในการทำงาน

Peter B Warr (1990) ได้กล่าวถึง ความสุขในการทำงาน เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลที่ตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในการทำงาน หรือประสบการณ์ของบุคคลในการทำงาน ซึ่งความสุขในการทำงานนั้น (ประทุมทิพย์ เกตุแก้ว, 2551) อธิบายได้ดังนี้ (1) ความรื่นรมย์ในงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำงานโดยเกิดความรู้สึกสนุกกับการทำงาน และไม่มีความรู้สึกรัดกุมกังวลใดๆ ในการทำงาน (2) ความพึงพอใจในงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำงานโดยเกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน ชอบ สนใจ พึงพอใจ และยินดีในการปฏิบัติงานของตน (3) ความกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำงานโดยเกิดความรู้สึกว่าอยากทำงาน มีความตื่นตัว ทำงานได้อย่างคล่องแคล่ว รวดเร็วกระฉับกระเฉง มีชีวิตชีวาในการทำงาน

สมมติฐานในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

1. คุณลักษณะงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา
2. ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรกองคลังเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 463 คน จาก 90 หน่วยงาน โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1967) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5 % จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 215 คน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรกองคลังเทศบาลนคร เทศบาลเมืองและเทศบาลตำบลขนาดกลาง จำนวน 47 หน่วยงาน โดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2551: 133)

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้ศึกษาแนวคิดจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลที่ต้องการจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วกำหนดเป็นโครงสร้างของเครื่องมือและขอบเขตของเนื้อหาให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะตามตัวแปรที่ศึกษา มีข้อคำถาม 59 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความเหมาะสมของข้อความและตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะงาน ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.71-0.92 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.53-0.71 และแบบสอบถามเกี่ยวกับความสุขในการทำงาน ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.80-0.86

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำบันทึกเสนอคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลถึงบุคลากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 215 ชุด ให้บุคลากรกองคลังเทศบาล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้วยตนเองและขอรับแบบสอบถามคืนภายใน 1 เดือน พร้อมทั้งโทรศัพท์ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามไปยังหน่วยงานเทศบาลกลุ่มตัวอย่าง ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557

2. ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 215 ชุด (Return Rate = 100 %) และทำการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. แบบสอบถามตอนที่ 2-4 คำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนเกี่ยวกับคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค และความสุขในการทำงาน โดยมีเกณฑ์การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล พิจารณาค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ จุดกลาง (Midpoint) ของช่วงระดับคะแนน (Class Interval) การแปลผลข้อมูลใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยดังนี้ (1) 4.51 - 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด (2) 3.51 - 4.50 หมายความว่า ระดับมาก (3) 2.51 - 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง (4) 1.51 - 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย (5) 1.00 - 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค และความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553: 80)

4. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 พบว่าเป็นเพศหญิงส่วนใหญ่จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 91.60 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 61.90 มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 5-10 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10 และตำแหน่งงาน ส่วนใหญ่เป็น นักวิชาการ/เจ้าพนักงาน/เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีและ นักวิชาการ/เจ้าพนักงาน/เจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ จำนวน 59 คนเท่านั้น คิดเป็น ร้อยละ 27.40

คุณลักษณะงาน พบว่า ระดับการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณลักษณะงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$; S.D = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติงาน ด้านความมีเอกลักษณ์ของงานมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$; S.D = 0.65) อันดับที่ 2 ได้แก่ ด้านความสำคัญของงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$; S.D = 0.70) อันดับที่ 3 ได้แก่ ด้านความหลากหลายของทักษะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$; S.D = 0.63) อันดับที่ 4 ได้แก่ ด้านผลสะท้อนกลับจากงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$; S.D = 0.66) อันดับที่ 5 ได้แก่ ด้านความมีอิสระในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$; S.D = 0.58)

ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$; S.D = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค ด้านความอดทนมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$; S.D = 0.58) อันดับที่ 2 ได้แก่ ด้านความตั้งใจและความรับผิดชอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$; S.D = 0.56) อันดับที่ 3 ได้แก่ ด้านความสามารถในการควบคุม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$; S.D = 0.52) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ด้านผลกระทบที่จะมาถึง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$; S.D = 0.62)

ความสุขในการทำงาน กลุ่มตัวอย่างมีความสุขในการทำงานโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$; S.D = 0.61) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสุขในการทำงานด้านความพึงพอใจในงานมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$; S.D = 0.68) อันดับที่ 2 ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$; S.D = 0.72) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ความรื่นรมย์ในงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$; S.D = 0.66)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา

ตัวแปร	(J)	(AQ)	(H)
- คุณลักษณะงาน (J)	1.00		
- ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค (AQ)	0.35**	1.00	
- ความสุขในการทำงาน (H)	0.27**	0.37**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปรากฏว่าคุณลักษณะงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.27 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปรากฏว่าความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.37 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐาน

5. อภิปรายผล

5.1 สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานของบุคลากร กองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะงานโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานโดยรวม (0.27^{**}) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประทุมทิพย์ เกตุแก้ว (2551) พบว่า การรับรู้คุณลักษณะงานด้านความหลากหลายของงาน ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน ด้านความสำคัญของงาน ด้านความมีอิสระในการปฏิบัติงานและด้านผลป้อนกลับของงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่า การรับรู้ลักษณะงานเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความสุขในการทำงาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ สพลกิตติ์ สังข์ทิพย์ (2554) พบว่า ลักษณะงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขในการทำงานของบุคลากร เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามความรู้ความสามารถ โดยทำงานและหน้าที่ตามตำแหน่งของตนเอง และเป็นงานที่น่าสนใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความสุขในการทำงาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ พรธนิภา สืบสุข (2548) พบว่า การรับรู้คุณลักษณะงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขในการทำงาน โดยได้กล่าวถึงการศึกษาของ Hackman and Oldham (1980) ที่กล่าวว่า รูปแบบการจัดการลักษณะงานที่ดี จะส่งผลไปยังภาวะทางจิตใจ และภาวะทางจิตใจนี้จะทำให้มีแรงจูงใจในการทำงานและความพึงพอใจให้กับผู้ปฏิบัติงาน ส่งผลให้มีความสุขในการทำงาน

5.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานโดยรวม (0.37^{**}) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิวิมล คำนวล (2552) พบว่า ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขของพนักงานทุกด้าน โดยกล่าวถึงผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Stoltz (1997) ที่กล่าวว่า ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำงานและการดำเนินชีวิต อุปสรรคหรือปัญหาเป็นความท้าทายที่ทำให้เกิดโอกาสและหนทางสู่ความสำเร็จ และสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพาริ กาญจนวิบูล (2550) พบว่า ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหาร และความสำเร็จในงานนี้เป็นส่วนหนึ่งในด้านความพึงพอใจในงานซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความสุข บุคคลที่มีระดับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคสูงมีลักษณะใฝ่รู้พัฒนาตนเอง ขอมรับความท้าทาย เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาหรือความยากลำบากย่อมรู้วิธีแก้ไข สามารถฟันฝ่าอุปสรรคไปได้ด้วยดี และมีความสุขในการดำเนินชีวิต และสอดคล้องกับการศึกษาของ ทัดจกิกา เทพสุริวงศ์ (2550) พบว่า ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค ด้านการควบคุมสถานการณ์ ด้านต้นเหตุและความรับผิดชอบ ด้านผลกระทบที่จะมาถึง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขในการทำงานในระดับสูง แต่ด้านความอดทน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงาน โดยให้ความเห็นว่า วิชาชีพพยาบาล เป็นวิชาชีพที่ต้องใช้ความอดทน อดกลั้น และความเพียรพยายามสูงในการให้บริการที่ครอบคลุม ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งเป็นภาระที่หนัก มีภารกิจที่ต้องกระทำมากมาย และต้องรับผิดชอบชีวิตคน แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน

ในขณะปฏิบัติงาน เช่นกรณีผู้ป่วยผ่าตัด ที่มีอาการไม่ดีขึ้น จะทำให้พยาบาลที่ดูแล รู้สึกท้อแท้ในการดูแลผู้ป่วยได้ และทำให้ไม่สามารถอดทนต่อปัญหาที่ยืดเยื้อยาวนานได้

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

6.1.1 ผลการวิจัย พบว่าคุณลักษณะงานกับความสุขในการทำงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวก เท่ากับ 0.27 ซึ่งน้อยกว่าความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคกับความสุขในการทำงาน ที่มีความสัมพันธ์เท่ากับ 0.37 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าด้านความมีอิสระในการปฏิบัติงานมีน้อยที่สุด อาจเป็นผลมาจากลักษณะการปฏิบัติงานของบุคลากรกองคลังเทศบาล เป็นงานที่ต้องปฏิบัติตามระเบียบ กฎหมายอย่างเคร่งครัด และต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบจากหน่วยงานต่าง ๆ หลายส่วน ไม่ว่าจะเป็น หน่วยงานอำเภอ หน่วยงานจังหวัด และจากสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินหรือ สตง. จึงทำให้บุคลากรรู้สึกว่าตนเองขาดอิสระในการทำงาน ส่งผลให้มีความสุขในการทำงานน้อยลง ดังนั้นผู้บริหารควรกำหนดแนวทาง วิธีการหรือขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่มีความยืดหยุ่น ไม่ขัดต่อระเบียบหรือกฎเกณฑ์การทำงานของทางราชการ เพื่อให้บุคลากรหรือผู้ปฏิบัติยึดถือเป็นแนวทางในการทำงาน ทำให้บุคลากรลดความกังวลในกฎระเบียบที่เคร่งครัดลงได้ ส่งผลให้มีความสุขในการทำงานมากขึ้น

6.1.2 ผลการวิจัย พบว่าความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคบุคลากรกองคลังเทศบาล ในจังหวัดนครราชสีมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคลากรกองคลังเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา มีคุณลักษณะที่ดีเป็นองค์ประกอบที่สามารถปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ดังนั้นผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรมีความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านผลกระทบที่จะมาถึงที่มีค่าเฉลี่ยในอันดับสุดท้าย เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของบุคลากรในองค์การต่อไป

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 การศึกษานี้มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะบุคลากรที่ปฏิบัติงานในกองคลังเทศบาลเท่านั้น เห็นควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรเทศบาลในส่วนงานอื่น ๆ ให้ครอบคลุมทุกส่วนของหน่วยงาน

6.2.2 ควรนำองค์ประกอบด้านอื่น ๆ มาเป็นตัวแปรในการศึกษาเพิ่มเติม เช่น การศึกษาระดับเชาว์ อารมณ์ของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล

6.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ควรประกอบด้วยข้อมูลเชิงลึก เช่น รูปแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ทัศนิกา เทพสุริวงศ์. 2550. “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคและมีความสุขในการทำงาน ศึกษาเฉพาะกรณีของพยาบาลประจำการโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทิพารี กาญจนวิบูล. 2550. “ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบภาวะผู้นำตามทฤษฎีดาข่ายการบริหาร ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคกับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพผู้บริหารวิทยาลัยเทคนิค สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.

ธงชัย สันติวงษ์. 2541. **ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2551. **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญชม ศรีสะอาด. 2553. **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

ประทุมทิพย์ เกตุแก้ว. 2551. “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคกับความสุขในการทำงานของพยาบาล งานการพยาบาลผ่าตัด.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.

ประเวช ดันดีพัฒนสกุล และคณะ. 2554. **คู่มือสร้างสุขระดับจังหวัด**. นนทบุรี: บริษัท ศรีเอทีพี กรุ จำกัด.

พรรณา สืบสุข. 2548. “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ลักษณะงาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วยกับความสุขในการทำงานของพยาบาลประจำการโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยของรัฐ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิเชียร เกตุสิงห์และคณะ. 2552. **การศึกษาขององค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์ : ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค (Adversity Quotient : AQ)**. พิมพ์ครั้งที่ 1. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. กระทรวงศึกษาธิการ.

ศิวิมล คำนวล. 2552. “ความสัมพันธ์ระหว่าง การมองโลกในแง่ดี ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค และความสุข : กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.

สพลกิตต์ สังข์ทิพย์. 2554. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน : การประยุกต์ใช้โมเดลสมการโครงสร้าง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาพร เหมือนละม้าย. 2556. “การรับรู้ความสามารถของตนเอง คุณลักษณะของงาน บรรยากาศองค์การที่มีผลต่อความสุขในงานของพยาบาลวิชาชีพของโรงพยาบาลรามคำแหง.” วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 7 (2) : 68 – 90.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)**. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2557,จาก
www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/p11/plan11.pdf

Hackman, J.Richard and Oldham, Greg R. 1980. **Work Redesign**. Massachusetts: Addison-Wesley.

Stoltz, Paul G. 1997. **Adversity Quotient : Turning Obstacles into Opportunities**. John Wiley & Sons, Inc.

Warr, P B. 1990. The Measurement of Well-being and Other Aspect of Mental Health. **Journal of Occupation Psychology**. 63: 193-210.

Yamane. (1967). **Statistics, An Introductory Analysis**. 2ndEd, New York: Harper and Row.

**ผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของ
สถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**
**THE EFFECT OF TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP ON LEARNING
ORGANIZATION IN THE PRIVATE VOCATIONAL EDUCATION
INSTITUTION IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE**

อุไรวรรณ คงสิม

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

E-mail : ultraauau@gmail.com

เบญจภา สุทธะพินทุ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

พงษ์นรินทร์ ปิฉจตุรัส

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยใช้ประชากร จำนวน 372 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากการศึกษาพบว่า ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญไม่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ผลได้ร้อยละ 83.20

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, องค์กรแห่งการเรียนรู้

ABSTARCT

The objective of this research was to study the Transformational Leadership that affect Learning Organization in the Private Vocational Education Institution in Nakhon Ratchasima Province. Questionnaire is a tool used in the research. The population amount 372. Data analysis using descriptive statistics consist of

frequency, percentage, mean and standard deviation. Analysis and hypothesis testing using the correlation coefficient of Pearson and multiple regression analysis. Result of the study revealed that the respondents had a highest level of Transformational Leadership and high level of the Learning Organization. The Transformational Leadership on Inspiration Motivation, Intellectual Stimulation, Individualized Consideration had statistically significant at the 0.01 but Idealized Influence have not statistically significant. The factors affecting on organizational engagement which had the percentage of 83.20.

KEYWORDS: Transformational Leadership, Learning Organization

บทนำ

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า กลยุทธ์ในการบริหารงานที่ดี คือ การมุ่งเน้นคุณภาพและคุณภาพเป็นเรื่องของความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ทางการศึกษาลูกค้า หมายถึง ผู้เรียน ผู้ปกครอง ชุมชน สถานประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถานศึกษาไม่อาจเลี่ยงแรงผลักดันต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยี มีการแข่งขันกันทั่วโลกการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบใหม่ ๆ ความผันผวนทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนแนวโน้มสู่ความเป็นสังคมยุคบริการ เป็นต้น ด้วยพลังผลักดันเช่นนี้ ทำให้องค์กรทุกประเภทรวมทั้งสถานศึกษาได้รับผลกระทบเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ จนต้องลงสู่สนามแข่งขันอันเป็นผลให้ต้องปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรที่มีความคล่องตัว ปรับตัวได้ดี มีความพร้อมที่จะเรียนรู้และเติบโตไปด้วยการสร้างสรรคเพื่อสนองตอบการเลือกของลูกค้าที่มีความเป็นตัวของตนเองมากขึ้นได้อย่างรวดเร็ว (กรมวิชาการ, 2554 : 5 - 6) สถานศึกษาจึงต้องปรับตัวไปสู่บรรยากาศในการบริหารงานในรูปแบบขององค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่มุ่งเน้นให้สมาชิกทุกคน ครู รวมทั้งผู้เรียนมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ พัฒนาตนเอง เพิ่มพูนความรู้ทักษะอย่างต่อเนื่องด้วยกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเอง

ซึ่งภาวะผู้นำนั้นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งที่จะผลักดันให้องค์กรการศึกษาสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เพราะมีส่วนสำคัญในการอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาองค์กรสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน เพราะผู้บริหารแต่ละคนจะนำทางและทำให้กระบวนการความร่วมมือง่ายขึ้น ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (อภินันท์ กลีโสภา, 2552 : 3) โดยการพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ นั้น ผู้บริหารสถานศึกษา จึงเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการอำนวยความสะดวกต่อการนำทางและทำให้กระบวนการความร่วมมือง่ายขึ้น บทบาทของผู้บริหารและความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาจึงมีส่วนสำคัญยิ่งที่จะนำไปสู่การปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จต่อแบบแผนความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา (ขนิษฐา สิทธิจินดา, 2551 : 2)

ดังนั้นจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากผู้นำที่มีความยินดีที่จะทุ่มเทการปฏิบัติตามภารกิจ จัดระบบการทำงานที่เป็นกระบวนการ โดยใช้เหตุผลและข้อมูลหลักฐาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งจะส่งผลให้สถาบันอาชีวศึกษาเอกชนเป็นองค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ และพัฒนาคนในองค์กรได้ขยายขอบเขตความสามารถ

ของตนอย่างต่อเนื่อง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ไปสู่ความสำเร็จ ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรให้สามารถรองรับความรู้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสถานศึกษาถือว่าเป็นองค์กรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการเรียนรู้ และสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้กับนักศึกษา อยู่เสมอ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้ประยุกต์มาจากแนวคิดของ Bass and Avolio (1994) ซึ่งประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล จากผลการวิจัยของชนิษฐา อุ่นวิเศษ (2550) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ด้านที่มีอำนาจพยากรณ์องค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศงขจรร เขต 3 คือ ด้านการคำนึงถึงเอกบุคคล ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และด้านการบริหารแบบวางเฉย ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากผลงานวิจัยของชนิด ทองอาจ (2553) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหารที่ได้รับการพัฒนา คือ ด้านการสร้างบารมี ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา และด้านการคำนึงถึงเอกบุคคล เพราะสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของโรงเรียน และผลงานวิจัยของมูฮัมหมัดรอหิ มะลี (2553) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในแต่ละพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ในแต่ละด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

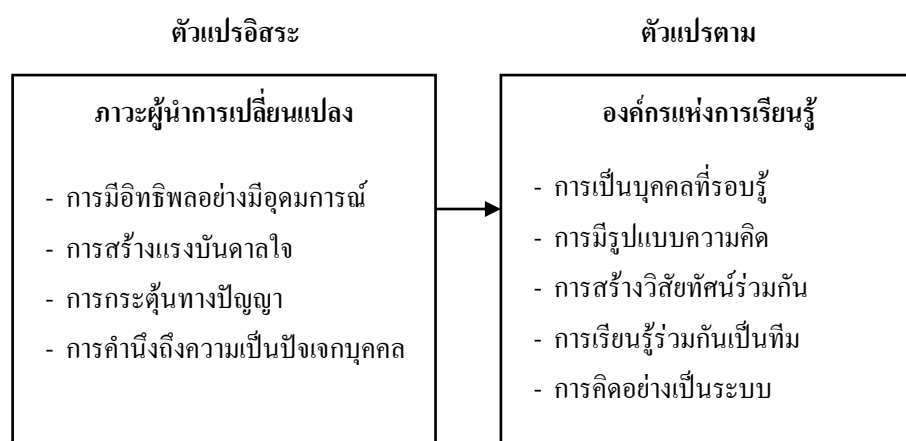
สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ ได้ประยุกต์มาจากแนวคิดของ Senge (1990) ซึ่งประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ การเป็นบุคคลที่รอบรู้ การมีรูปแบบความคิด การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม การคิดอย่างเป็นระบบ จากผลงานวิจัยของสุจิตราภรณ์ สำเภาอินทร์ (2553) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 2 โดยรวมมีความสัมพันธ์กันในทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากผลงานวิจัยของขวัญหทัย ทองธราษ (2551) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารกับสภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โรงเรียนประถมศึกษา ตามความคิดเห็นของครูผู้สอน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผลงานวิจัยของสุรศักดิ์ พองพรหม (2552) พบว่า พนักงานครูในโรงเรียนเทศบาล กลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 11 โดยภาพรวมมีการรับรู้การพัฒนาความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มาก ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้นำในการส่งเสริมแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ กระตุ้นให้บุคลากรได้เรียนรู้ร่วมกันโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้จัดอบรมให้บุคลากรได้รับการฝึกฝนทักษะต่าง ๆ ในการเรียนรู้ จัดโครงสร้างการบริหารที่สามารถยืดหยุ่น เอื้อประโยชน์ในการทำงานร่วมกัน มีการกำหนดกรอบหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน จัดระบบสนับสนุนการปฏิบัติงาน

อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพ จัดเวทีให้บุคลากรได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภายใน ภายนอกสถานศึกษาและให้รางวัลกับบุคลากร หรือคณะทำงานที่นำผลการเรียนรู้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาหน่วยงานเป็นการเสริมขวัญและกำลังใจกับบุคลากรที่มุ่งมั่นอุทิศตน ในการปฏิบัติงาน

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว สามารถกำหนดสมมติฐานแสดงการพยากรณ์ผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังภาพประกอบที่ 1

H_0 : ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

H_1 : ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา



ที่มา: บูรณาการจาก Bass and Avolio (1994) ; and Senge (1990)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ บุคลากรในสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาจำนวนทั้งสิ้น 372 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดนครราชสีมา เขต 1 : 2555)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และพัฒนาขึ้นเอง โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และองค์กรแห่งการเรียนรู้ จากตำรา เอกสารทางวิชาการ บทความ แนวคิด และทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน จำนวน 44 ข้อคำถาม ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในด้านความตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องข้อคำถาม (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน พบว่า มีค่าความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกข้อ (ค่า IOC มากกว่า 0.50)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบบุคลากรในวิทยาลัยเทคโนโลยีบัวใหญ่ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เมื่อเดือนมีนาคม 2557 แล้วนำมาวิเคราะห์รายข้อ โดยการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' Coefficient Alpha) โดยใช้โปรแกรม

สำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 0.753 และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ค่าเท่ากับ 0.805 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น เพราะได้ค่ามากกว่าค่ามาตรฐาน 0.7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ (บุญใจ ศรีสถิตยัณราทร, 2550 : 236-238)

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังประชากรโดยความร่วมมือจากครูและบุคลากรทางการศึกษา สถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 372 ชุด และได้รับแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์กลับคืนมา จำนวน 372 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS, Version 17) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ หาค่าสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีประมวลผลตามหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งผู้วิจัยได้นำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าสู่สมการพยากรณ์ด้วยวิธีการ Enter (Enter Method)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไป พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 72.60) อายุระหว่าง 30 – 40 ปี (ร้อยละ 42.50) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 59.10) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 68.80) มีตำแหน่งเป็นครู (ร้อยละ 61.60) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 80.40) และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 5-10 ปี (ร้อยละ 29.80)

ผลภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เมื่อพิจารณาถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ($\mu = 4.25$, $\sigma = 0.621$) ผู้บริหารเล็งผลประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ($\mu = 4.23$, $\sigma = 0.627$) ผู้บริหารแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะทำงานให้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ($\mu = 4.20$, $\sigma = 0.694$) ผู้บริหารมอบหมายงานตามความรู้ ความสามารถของผู้ใต้บังคับบัญชา ด้านการกระตุ้นทางปัญญา ($\mu = 4.16$, $\sigma = 0.693$) ผู้บริหารพยายามหามุมมองและทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา ตามลำดับ

ผลองค์กรแห่งการเรียนรู้ เมื่อพิจารณาถึงองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเป็นบุคคลที่รอบรู้ ($\mu = 4.18$, $\sigma = 0.679$) ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\mu = 4.14$, $\sigma = 0.724$) ด้านการมีรูปแบบความคิด ($\mu = 4.14$, $\sigma = 0.760$) ด้านการคิดอย่างเป็นระบบ ($\mu = 4.13$, $\sigma = 0.811$) และด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม ($\mu = 4.11$, $\sigma = 0.765$)

ผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 ด้าน ดังนี้ 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างแรงบันดาลใจ พบว่า ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะทำงานให้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ โดยกระตุ้นผู้ได้บังคับบัญชาให้ตระหนักถึงสิ่งสำคัญที่ควรได้รับการพิจารณา และแสดงความเชื่อมั่นว่าการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาจะบรรลุเป้าหมาย 2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการกระตุ้นทางปัญญา พบว่า ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารพยายามหามุมมองและทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา ส่งเสริมให้ผู้ได้บังคับบัญชาแสดงความคิดเห็น และสนับสนุนให้มีการคิดแก้ปัญหาที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วด้วยวิธีการใหม่ ๆ 3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการคำนึงถึงปัจเจกบุคคล พบว่า ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารมอบหมายงานตามความรู้ความสามารถของผู้ได้บังคับบัญชา ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าของผู้ได้บังคับบัญชา และปฏิบัติต่อผู้ได้บังคับบัญชา โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลทั้งในด้านความต้องการ ความสามารถ และความจำเป็นของผู้ได้บังคับบัญชา ส่วนภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์

ตารางที่ 1 แสดงค่าตัวแปรพยากรณ์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ตัวแปรพยากรณ์	องค์กรแห่งการเรียนรู้				
	B	SE _b	β	T	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	-0.065	0.108	-	-0.600	0.549
การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (X ₁)	0.004	0.047	0.003	0.076	0.939
ตัวแปรพยากรณ์	องค์กรแห่งการเรียนรู้				
	B	SE _b	β	T	Sig
การสร้างแรงบันดาลใจ(X ₂)	0.259	0.052	0.231	4.954	0.000**
การกระตุ้นทางปัญญา (X ₃)	0.331	0.046	0.326	7.184	0.000**
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (X ₄)	0.409	0.048	0.403	8.599	0.000**
R = 0.912 R ² = 0.832 AdjR ² = 0.831					

** P<0.01

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (X2) ด้านการกระตุ้นทางปัญญา (X3) และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (X4) มีความสัมพันธ์กับองค์กรแห่งการเรียนรู้ ทั้ง 3 ด้านนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลขององค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (Y) โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับ ร้อยละ 83.20 ($R^2 = 0.832$) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญาและด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลโดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$\hat{y} = -0.065 + 0.004 (X_1) + 0.259 (X_2) + 0.331 (X_3) + 0.409 (X_4)$$

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสถาบันการศึกษา เนื่องจากพฤติกรรมของผู้นำที่แสดงออกเพื่อใช้ในการจูงใจผู้ร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาทางด้านความคิด ความสนใจและความต้องการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การมีอุดมการณ์และค่านิยมที่ดี ผู้นำและผู้ตามต่างฝ่ายต่างยกระดับของคุณธรรมและแรงจูงใจซึ่งกันและกัน โดยยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง ส่งผลให้องค์กรมีการพัฒนาทัศนคติเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Bass and Avolio (1994) ได้กล่าวไว้ว่า การที่ผู้นำประพฤติตนเป็นแบบอย่างหรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นผู้ที่มีศีลธรรมและจริยธรรมสูง ผู้นำจะหลีกเลี่ยงที่จะใช้อำนาจเพื่อผลประโยชน์ส่วนตน แต่จะประพฤติตนเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นและเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามมองข้ามผลประโยชน์ของตนเพื่อวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กร มีการกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน ทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงาน ให้การดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคล และทำให้รู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างแรงบันดาลใจ พบว่า ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะทำงานให้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ และแสดงความเชื่อมั่นว่าการทำงานของผู้นำได้บังคับบัญชาจะบรรลุเป้าหมาย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ขนิษฐา อุ่นวิเศษ (2550) ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนด้านการสร้างแรงบันดาลใจส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ เนื่องจากผู้บริหารสร้างทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน โดยให้ผู้ร่วมงานเกิดความตระหนักว่าภารกิจที่ต้องทำเป็นสิ่งสำคัญ ต้องอุทิศตนทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการกระตุ้นทางปัญญา พบว่า ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารพยายามหามุมมองและทางเลือกต่างๆ ในการแก้ปัญหา ส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความคิดเห็น และสนับสนุนให้มีการคิดแก้ปัญหาที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วด้วยวิธีการใหม่ๆ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุจิตราภรณ์ ลำภาอินทร์ (2553) ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริหารส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชานำเรื่องที่ยังไม่เกิดเป็นปัญหาขึ้นมามีการพิจารณา

หาทางป้องกัน สนับสนุนให้มีการคิดแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นมาแล้วด้วยวิธีการใหม่ๆ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธนิต ทองอาจ (2553) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหารที่ควรได้รับการพัฒนา คือ ด้านการสร้างบารมี ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา และด้านการคำนึงถึงเอกบุคล เพราะสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของโรงเรียน

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการคำนึงถึงปัจเจกบุคคล พบว่า ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้เนื่องมาจาก ผู้บริหารมอบหมาย งานตามความรู้ความสามารถของผู้ใต้บังคับบัญชา ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าของผู้ใต้บังคับบัญชา และปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชา โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลทั้งในด้านความต้องการ ความสามารถ และความจำเป็นของผู้ใต้บังคับบัญชา สอดคล้องกับผลงานวิจัยของศศิธร จำพิมาย (2556) ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริหารกระทำตนเป็นผู้สนใจ เอาใจใส่ผู้ร่วมงานเป็นรายบุคคลอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญต่อองค์กร ภาคภูมิใจเมื่อประสบผลสำเร็จในการปฏิบัติงานร่วมกัน

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ไม่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อาจจะเนื่องมาจากสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีระบบการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรที่ส่งผลให้สถาบันเป็นองค์กรที่เอื้ออำนวยการเรียนรู้ และพัฒนาคนในองค์กรได้ขยายขอบเขตความสามารถของตนอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ไปสู่ความสำเร็จควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย จนทำให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรให้สามารถรองรับความรู้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ทฤษฎีของ Bass (1985) ได้กล่าวว่า การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ เป็นกระบวนการซึ่งผู้นำส่งอิทธิพลต่อผู้ตามโดยการปลุกเร้าอารมณ์ที่เข้มแข็งและความเป็นเอกลักษณ์ของผู้นำ และเห็นว่าความมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์มีความจำเป็นแต่ไม่เพียงพอสำหรับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ยังมีส่วนประกอบที่สำคัญอีกสามส่วนของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ กระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) ความคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) และการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) เพราะผู้นำแบบการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ทำให้ผู้ตามอ่อนแอและต้องคอยพึ่งพาผู้นำ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ควรมีการส่งเสริมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในด้านการมอบหมายงานตามความรู้ ความสามารถ ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าของบุคลากร คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ผลความสัมพันธนี้ผู้นำจะสามารถพัฒนาผู้ตามแต่ละคนที่มีแนวคิดเกี่ยวกับตนเองไปสู่มุมมองใหม่ อันเป็นแนวคิดที่มุ่งผลประโยชน์ของกลุ่มและองค์กรได้

2) ควรมีการส่งเสริมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการกระตุ้นทางปัญญา ผู้บริหารพยายามหามุมมองและทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา ส่งเสริมให้บุคลากรแสดงความคิดเห็น เสนอแนะวิธีการใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานแก่บุคลากร เนื่องจากการกระตุ้นทางปัญญา เป็นมิติที่กระตุ้นให้ผู้ตามมีอิสระและอำนาจในการ

รังสรรค์ความคิดใหม่ๆ ในการทำงาน โดยผู้บริหารควรกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานตระหนักถึงผลที่ควรได้รับจากการปฏิบัติงานและผู้บริหารควรให้คำปรึกษาให้ข้อเสนอแนะในการทำงานแก่ผู้ร่วมงาน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน ให้ผู้ได้บังคับบัญชามีความมั่นใจ มีความคิดสร้างสรรค์และทักษะการใช้สติปัญญาสามารถปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อส่งผลให้งานมีประสิทธิภาพสูงสุด

3) ผู้บริหารควรมีการปรับปรุงแก้ไขการสร้างคุณภาพในการบริหารจัดการโดยผู้บริหารแบ่งงานให้บุคลากรรับผิดชอบตามความรู้ ความสามารถของบุคลากรในองค์กร เน้นความยุติธรรมไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อความสุขของทุกคนในองค์กร ส่งเสริมบุคลากรในองค์กรให้ปฏิบัติดี เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม โดยประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรทุกคนได้รับทราบเพื่อปฏิบัติได้ถูกต้อง ตรงกัน นำไปสู่การทำงานอย่างมีความสุขทั้งผู้บริหารและบุคลากรทุกคนในองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ผู้วิจัยอาจศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา

2) ควรศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันอาชีวศึกษาเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา ลิทธิจินดา. (2551). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาในสถานศึกษาที่ได้รับการประเมินภายนอก รอบสอง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ชนิษฐา อุ่นวิเศษ. (2550). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศกนคร เขต 3. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ขวัญหทัย ทองธีรราช. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารกับสภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โรงเรียนประจำศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานองบัวลำภู. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ชนิด ทองอาจ. (2553). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- บุญใจ ศรีสถิตยน์รากร. (2550). ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 4 ปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มุขัมหมัด รออี มะลี. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารกับความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่การศึกษานราธิวาส เขต 1. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. กรุงเทพฯ.

- ศศิธร จำปิมาย. (2556). การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามทัศนะของครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 4. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- สุจิตราภรณ์ ลำเกออินทร์. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารสถานศึกษากับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 2. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- สุรศักดิ์ พงพรม. (2552). การศึกษาการพัฒนาความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามการรับรู้ของพนักงานครู ในโรงเรียนเทศบาล กลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 11. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- อภินันท์ กสิโสภ. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กรบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- Bass, B.M. (1985). **Leadership and performance beyond expectations.** New York : The Free Press.
- Bass, B.M., & Avolio, B.J. (1994). **Improving organizational effectiveness through transformational leadership.** Newbury Park, CA: Sage.
- Peter M. Senge. (1990). **The fifth discipline; The art and practice of the learning organization.** New York : Doubleday.

**ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
ของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชในประเทศไทย**

**TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND BENEFITS AFFECTING OF
ORGANIZATION COMMITMENT PERSONNEL IN PSYCHIATRIC
HOSPITAL GROUP IN THAILAND**

คณะศรี สันตยาภรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรธ ศรีธรรมย์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช และศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช จำนวน 475 คนซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยใช้แบบสอบถามมาตรฐานส่วนประเมนค่ามีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .843 สถิติสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จากผลการวิจัย พบว่า บุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชที่มี เพศ ระดับการศึกษา ประเภทงาน และตำแหน่งต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนบุคลากรที่มีอายุ ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์กร ผลประโยชน์ตอบแทนขององค์กร และความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชทั้งโดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก และปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช ได้แก่ การสร้างบารมี ผลประโยชน์ตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน การสร้างแรงบันดาลใจ การคำนึงถึงเอกลักษณ์บุคคล สามารถแสดงสมการความผูกพันองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช โดยมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 .001 .01 และ .05 ตามลำดับ

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, ความผูกพันที่มีต่อองค์กร

ABSTRACT

This study aimed to study opinions, personal factors, and leadership factors between leadership, share-based payment, and relationship of personnel in psychiatric hospital group in Thailand. The data was collected from 475 samples by simple random sampling. The questionnaire was used to collect the data with .843 reliability. Statistics used for analysis were frequency, percentage, mean average, standard deviation, T-Test, F-Test and Correlation Analysis. The results found are as follows at the level of opinion about leadership and benefits with relationship of personnel in psychiatric hospital both overall opinion and by aspects are in high level. The personal factors affecting relationship of personnel towards psychiatric hospital group portrays that personnel who are in different gender, level of education, department, and position have different opinion towards relationship in psychiatric hospital group at level 0.05 statistically. Personnel who are in different age seem to have different opinion at level 0.001 statistically. Factors affecting relationship between leadership and share-based payment in psychiatric hospital which are statistically significant includes creating prestige, non-financial compensation, creating inspiration, and individual realization. They are significant statistically at level .001, .001, .01, and .05 respectively.

KEY WORDS: Transformation Leadership, Affecting Personnel Organization Engagement

1. บทนำ

ปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรหรือไม่ อย่างไรทั้งนี้กลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช ซึ่งประกอบด้วยโรงพยาบาล 10 แห่ง คือ โรงพยาบาลสวนปรุง โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ โรงพยาบาลจิตเวชสระแก้วราชนครินทร์ โรงพยาบาลจิตเวชนครสวรรค์ราชนครินทร์ โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์ โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์ โรงพยาบาลจิตเวชนครพนมราชนครินทร์ และโรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์ (<http://www.rploei.go.th>) เหมือนกันคือ บทบาทภารกิจในการพัฒนาวิชาการและถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีตลอดจนการให้บริการด้านสุขภาพจิตและจิตเวชในระดับตติยภูมิของพื้นที่

กลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชหน่วยงานที่มีลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงกันจึงทำไมเราสนใจศึกษาทำงานวิจัยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช เกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การให้ผลประโยชน์ตอบแทน ทั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นประเด็นเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการทั้งที่เป็นตัวเงิน (Financial) และที่ไม่ใช่ตัวเงิน (Non-Financial) ซึ่งเป็นผลประโยชน์ตอบแทนแก่คนในองค์กรนอกเหนือจากรายได้ปกติ (เงินเดือน ค่าจ้าง) นอกจากนั้นผู้วิจัยยังคำนึงถึงความเกี่ยวพันของความเป็นผู้นำ (Leadership) ขององค์กรซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อการริเริ่มการนำหรือการบริหารองค์กร อันเนื่องมาจากปัญหาการลาออกของพนักงาน ปัญหาจากเกี่ยวกับผลตอบแทนที่พนักงานได้รับ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดบางประการที่เกี่ยวข้องมาเป็น

แนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ด้วย และอาศัยแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ การ จูงใจ สิ่งจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กรของนักวิจัยที่ศึกษาไว้แล้วมาเป็นแนวทางในการศึกษางานวิจัย

2. ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายดังนี้

1. ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช
2. ศึกษาเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชแยกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็น บุคลากรอยู่ในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช ได้แก่จิตแพทย์ จำนวน 2,371 คน นักจิตวิทยาคลินิก จำนวน 286 คน นักสังคมสงเคราะห์ทั้งหมด จำนวน 418 คน นักกิจกรรมบำบัด จำนวน 88 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 3,163 คน (ที่มา : จากการสำรวจของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข <http://www.dmh.go.th/report/pdf/2551mhworker.pdf>) โรงพยาบาลจิตเวชในประเทศไทยประกอบด้วย โรงพยาบาลสวนปรุง (จังหวัดเชียงใหม่), โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ (จังหวัดอุบลราชธานี), โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ (จังหวัดสุราษฎร์ธานี), โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์, โรงพยาบาลจิตเวชสระแก้วราชนครินทร์, โรงพยาบาลจิตเวชนครสวรรค์ราชนครินทร์, โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์, โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์, โรงพยาบาลจิตเวชนครพนมราชนครินทร์, โรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยด้วยการคำนวณขนาดตัวอย่าง ด้วยวิธีของ Taro Yamane (Yamane.1970 : 886) สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้

N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ (allowable error)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 3,709 คน มีการกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนจากตัวอย่างได้ 5% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

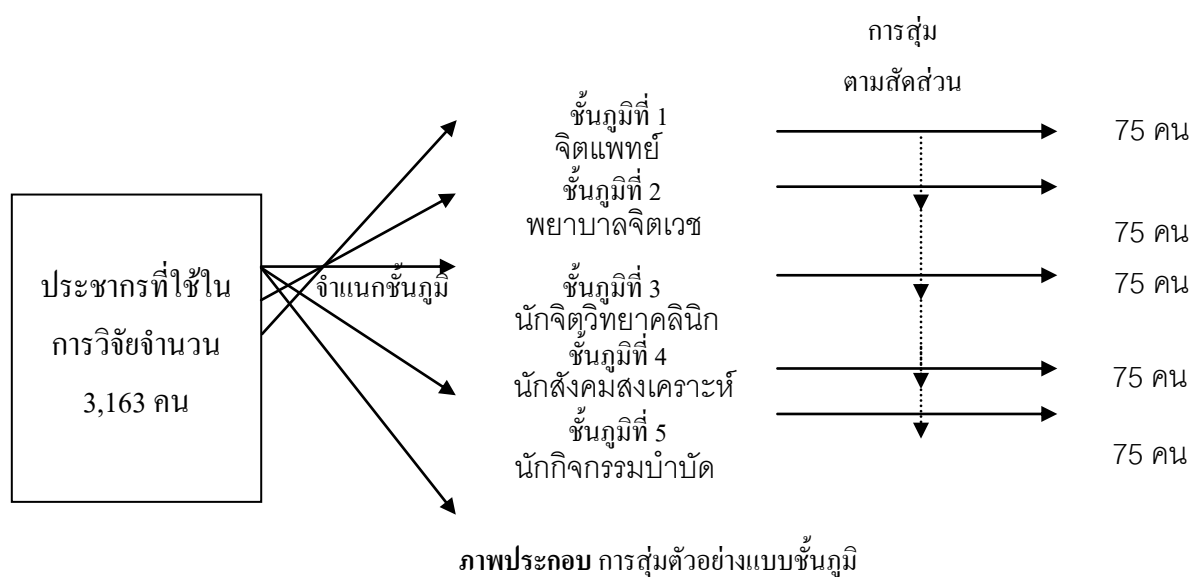
$$n = \frac{3,709}{1 + 3,709(0.05)^2}$$

$$= 399.892$$

$$\approx 400$$

และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมตามอาชีพจำนวน 3 คน รวมทุกอาชีพ 15 คน และเมื่อรวมทุกภาคเท่ากับ 75 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจะเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้รวมกับจำนวนตัวอย่างที่ป้องกันที่ป้องกันความผิดพลาด รวมทั้งสิ้น 475 คน

สุ่มตัวอย่างจากกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาตามสัดส่วน กล่าวคือ ชั้นใดมีประชากรมากควรได้รับการสุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนที่มากกว่า แต่ถ้ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีจำนวนที่แตกต่างกันมากควรคำนึงถึงเหตุผลเพื่อให้ได้จำนวนที่เหมาะสมและมีความครอบคลุมลักษณะประชากรไม่จำเป็นต้องใช้สัดส่วนก็ได้ (สมชาย วรภิเษมสกุล , 2553 : 65) สามารถแสดงการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ดังแสดงในภาพประกอบ



3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นแบบสอบถามภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชในประเทศไทยที่ผู้วิจัยได้ทำการสร้างขึ้น โดยมีวิธีการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือได้ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษารูปแบบและวิธีการสร้างเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการตรวจสอบเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๓ คน ซึ่งมีรายนามผู้เชี่ยวชาญดังต่อไปนี้

- นายแพทย์วีระ ชูจิพร รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการ โรงพยาบาลจิตเวชสงขลา ราชนครินทร์
- นายจุมภฏ พรหมสีดา ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสวนสราญรมย์
- แพทย์หญิงอัญชลี เตมียะประดิษฐ์ แพทย์เชี่ยวชาญ สาขาจิตเวช โรงพยาบาลจิตเวชสงขลา ราชนครินทร์
- แพทย์หญิงจุฬารัตน์ เหมกุล แพทย์ชำนาญการสาขาจิตเวช โรงพยาบาลจิตเวชสงขลา ราชนครินทร์
- นายแพทย์ชูเกียรติ ขงพิทยาพงศ์ แพทย์ชำนาญการสาขาจิตเวชเด็กและวัยรุ่น โรงพยาบาลเวชสงขลา ราชนครินทร์

นำเครื่องมือ ที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

ถ้าเห็นว่า	สอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าเห็นว่า	ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่า	ไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

$$\text{คำนวณค่า IOC จากสูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ดัชนีความสอดคล้อง

R คือ คะแนนความคิดเห็น

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าได้ค่าดัชนีความสอดคล้องสูงกว่า 0.67 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ ถ้าต่ำกว่านั้นจะต้องนำมาปรับปรุงแก้ไข ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถาม 30 ชุด ไปทำการทดสอบกับกลุ่มที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา และนำข้อมูลที่ได้ไปคำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของ Cronbach (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2545: 127) จากการคำนวณพบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.843 ส่วนค่าความเชื่อมั่นรายด้านแสดงในตาราง 2

2. กำหนดวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามให้ตรงตามตัวแปรต้นและตัวแปรตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ภาระงานและตำแหน่งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการสร้างบารมี ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นเชาวน์ปัญญาและด้านการคำนึงถึงเอกลักษณ์บุคคล ผลประโยชน์ตอบแทน ประกอบด้วย ผลประโยชน์ตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงินและผลประโยชน์ตอบแทนที่อยู่ในรูปของตัวเงิน ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อมั่นอย่างสูงและยอมรับเป้าหมายตลอดจนค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจในการใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานในองค์กร ความปรารถนาอย่างแรงกล้าในอันที่จะดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กร

3. สร้างเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช จำนวน 1 ฉบับ ได้แก่ แบบสอบถามสำหรับพนักงาน และลูกจ้างกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช

โดยแบบสอบถามเป็นเรื่องเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช ซึ่งมีข้อกระทงเหมือนกันทุกตอนและให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกคำตอบเอง

3.3 การวิเคราะห์ทางสถิติ

แบบสอบถามที่ได้รับคืนมาต้องนำมาตรวจสอบและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ตอบทุกรายการ สามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้จำนวน 475 ฉบับ อีก 25 ฉบับเกิดความเสียหายในการส่งกลับ จากที่ส่งไปจำนวน 500 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95 การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนต้นที่ 1 เป็นแบบเครื่องมือตรวจสอบรายการ (Checklist) และตอนที่ 2 – 3 เป็นเครื่องมือประเมินค่า (Rating Scale) ได้ใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนการทดสอบสมมติฐานได้ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ นำแบบสอบถามทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยบันทึกข้อมูลและใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป Statistical Package for the Social Science เพื่อประมวลผลข้อมูลทางสถิติสำหรับงานวิจัย ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละตอน

4. ผลการวิจัย

ตารางผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช

ตัวแปร	β	B	SE _b	t	Sig.T
Constant		1.150	.117	2.313	.021*
1.ด้านการสร้างบารมี (X_1)	.275	.219	.047	9.824	.000***
2.ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (X_2)	.179	.141	.049	8.546	.000***
3.ด้านการคำนึงถึงเอกลักษณ์บุคคล (X_3)	.107	.089	.039	2.904	.004**
4.ผลประโยชน์ตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน (X_4)	.317	.277	.032	4.635	.000***

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางในบทความนี้พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชมี 4 ปัจจัยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจากมากไปน้อย คือ ด้านการสร้างบารมี (X_1) ผลประโยชน์ตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน (X_4) ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (X_2) และด้านการคำนึงถึงเอกลักษณ์บุคคล (X_3) ตามลำดับ โดยสามารถร่วมกันกำหนดความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช (ORCM) ได้ร้อยละ 54.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการกำหนด เท่ากับ .375

ในการประมาณค่าความผูกพันที่มีต่อการสร้างบาร์มี มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อการเพิ่มขึ้น 0.219 หน่วย ด้านผลประโยชน์ตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อการเพิ่มขึ้น 0.277 หน่วย ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อการเพิ่มขึ้น 0.141 หน่วย และด้านการคำนึงถึงเอกัตบุคคล มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อการเพิ่มขึ้น 0.089 หน่วย ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

การวิจัย เรื่องภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช นำมาอภิปรายผลตามความมุ่งหมายและสมมติฐานของการศึกษาได้ดังนี้

5.1 ผลการศึกษาความคิดเห็น ด้านรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง พบว่า ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ด้านผลประโยชน์ตอบแทน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลประโยชน์ตอบแทนอยู่ในระดับมาก ความผูกพันต่อการสร้างบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5.2 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อการสร้างบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช พบว่า มีความคิดเห็นถึงความผูกพันต่อการสร้างบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช แตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ทั้งในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทงาน และตำแหน่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยตัวหนึ่งที่มีผลต่อความผูกพันต่อการสร้างของ กราเซีย (Garcia.1989 : 366) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ได้ศึกษาความผูกพันต่อการสร้างของกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทน้ำมัน จำนวน 438 คน พบว่า เพศชายมีความผูกพันต่อการสร้างสูงกว่าเพศหญิง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเบส อวลิโอ และแอควอเตอร์ (Bass, Avalorio and Atwater.1996 :5 - 34) ที่มีการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน และภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบายในเพศชายและเพศหญิง ผลการศึกษาพบว่า ผู้นำที่เป็นหญิงได้รับการจัดลำดับว่าแสดงออกถึงลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้งมากกว่าผู้ชาย แม้ว่าขนาดอิทธิพล (Effect sizes) จะค่อนข้างเล็ก แต่ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่าผู้ชาย

5.3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันต่อการสร้าง ได้แก่ การสร้างบาร์มี ผลประโยชน์ตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน การสร้างแรงบันดาลใจ การคำนึงถึงเอกัตบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 .001 .01 และ .05 ตามลำดับ

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผล

ผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัยเป็นลำดับตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยนำเสนอผลการศึกษาเชิงปริมาณ ในแต่ละประเด็นการวิจัย ดังต่อไปนี้

6.1.1 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช

1. บุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชที่มี เพศ ระดับการศึกษา ประสิทธิภาพ และตำแหน่ง ต่างกันมีความผูกพันต่อการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนบุคลากรที่มีอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์กร ผลประโยชน์ตอบแทนขององค์กร และความผูกพันต่อการของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชทั้ง โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลกับความผูกพันต่อการของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช ได้แก่ การสร้างบารมี ผลประโยชน์ตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน การสร้างแรงบันดาลใจ การคำนึงถึงเอกลักษณ์บุคคล สามารถแสดงสมการความผูกพันต่อการของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช โดยมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 .001 .01 และ .05 ตามลำดับ

6.1.2 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อการของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ประสิทธิภาพ และตำแหน่ง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6.1.3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนกับความผูกพันต่อการของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันต่อการ ได้แก่ การสร้างบารมี ผลประโยชน์ตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน การสร้างแรงบันดาลใจ การคำนึงถึงเอกลักษณ์บุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 .001 .01 และ .05 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนของความผูกพันที่มีต่อการของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชที่พบว่าอยู่ในระดับดี ด้านผลประโยชน์ตอบแทนซึ่งมีองค์ประกอบย่อย คือ ด้านผลประโยชน์ตอบแทนที่อยู่และไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า พนักงานและบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชกำลังให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากร โดยการเปลี่ยนแปลงความสนใจด้วยวิธีการสร้างบารมี การสร้างแรงบันดาลใจ การคำนึงถึงเอกลักษณ์และการกระตุ้นขวัญกำลังใจ ผู้บริหารในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชควรพัฒนาด้านการกระตุ้นขวัญกำลังใจและการมุ่งให้ความสำคัญสัมพันธ์เป็นรายบุคคลให้มากขึ้น อันจะเป็นแนวทางการยกระดับความต้องการของผู้ได้บังคับบัญชาและการทำงานเพื่อหมู่คณะและเพื่อองค์กรมากกว่าเพื่อตนเอง โดยใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การจูงใจ การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม คือ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจและรับผิดชอบ การส่งเสริมขวัญและกำลังใจ การพัฒนาคุณภาพ 4 ขั้นตอน หรือ P D C A ซึ่งได้แก่ การวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ/ประเมิน (Check) และการพัฒนา/ปรับปรุงแก้ไข (Action) เป็นต้น

2. จากผลการวิจัย พบว่า ระดับความผูกพันต่อการของเพศชายมีมากกว่าระดับความผูกพันต่อการของเพศหญิง ผู้นำควรให้ความสำคัญเพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงสายงานและกิจกรรมด้านการ

บริหารบุคลากรของโรงพยาบาลในกลุ่มจิตเวช เพื่อหามาตรการในการแก้ไขปัญหาความผูกพันต่อองค์กรให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น และลดปัญหาบุคลากรที่มีความสามารถลาออกจางานบ่อย

3. จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย การสร้างบารมี การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นเขานับปัญหา และการคำนึงถึงเอกลักษณ์ และผลประโยชน์ตอบแทนทั้ง 2 ด้าน ประกอบด้วย ผลประโยชน์ตอบแทนที่อยู่และไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน มีความสัมพันธ์ทางบวก ในการพัฒนาผู้บริหารในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชควรให้ความสำคัญทั้ง 6 ด้าน อย่างลึกซึ้ง เพื่อให้เข้าถึงบุคลากรในกลุ่มต่างๆ ของโรงพยาบาลจิตเวช และเพื่อการบริหารจัดการระบบงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นถึงปัญหาในแต่ละบริบทของโรงพยาบาลเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหากลุ่มโรงพยาบาลให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป คือ

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถนำผลมาเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปได้ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช เจาะลึกลงในประเด็นของแรงจูงใจภายใน และความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรที่มีต่อความผูกพันขององค์กร

2. ควรมีการศึกษาค้นคว้าปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช เช่น ความท้าทายในงาน กรณีมีโอกาสเข้าร่วมในสังคม ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน ทักษะที่ต้องการ ความน่าเชื่อถือต่อองค์กร

3. ควรมีการศึกษาด้านความต้องการแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนของผู้บริหารในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชที่มีประสิทธิภาพ จากพนักงานและบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวชของจังหวัดต่างๆ เพื่อเป็นการเตรียมการให้ผู้บริหารได้พัฒนาและปรับปรุงตนเองต่อไป

4. ในการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลประโยชน์ตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรในกลุ่มโรงพยาบาลจิตเวช ข้อมูลที่ได้จะออกมาในลักษณะของความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ในบางครั้งข้อมูลที่ได้อาจจะไม่สามารถอธิบายความหมายของข้อมูลได้ครอบคลุม ดังนั้นควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ในทุกประเด็น ทำให้ได้ตัวแปรที่น่าสนใจควรศึกษาเพิ่มเติม

7. ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรธ ศรีวรรธย์, ดร.เพ็ญพิสุทธิ์ ไชยกาญจน์, นายแพทย์วีระ ชูจิพร, นายจุมภฏ พรมสีดา, แพทย์หญิง อัญชลี เตมียะประดิษฐ์, แพทย์หญิงจุฬารัตน์ เหมกุล, นายแพทย์ชูเกียรติ ขงพิทยา, เพื่อนร่วมงานและเพื่อนร่วมชั้นเรียนทุกท่านที่ให้การปรึกษาและกำลังใจด้วยดีมาโดยตลอด

8. เอกสารอ้างอิง

- Agarwal, S. and Ramaswami, S. N. (1993). “Affective organizational commitment of salespeople : An expanded model,” **Journal of Personal Selling & Sales Management**. 13(2), 49–70.
- Bass, Bernard M. & Avolio, Bruce J. and Atwater Leanne (1996 , February). The Transformation and Transactional Leadership of Men and Woman. **An International Reviews**. 45(1) : 5–35 .
- Eskildsen , J. K., and Dahlgaard, J. J. (2000). A causal model for employee Satisfactions. **Quality Management , 11(8)**
- Fiedler, F. E. and Garcia, J. E. (1987). **New approaches to effective leadership : Cognitive resources and organizational performance**. New York : Wiley.
- Yamane, T. (1970). **Statistics : An introductory analysis**. (2nd ed.). New York : Harper & Row.

**ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของบุคลากร
ในอุตสาหกรรมเคมี**

**FACTORS AFFECTING ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS
OF STAFF IN CHEMICAL INDUSTRY**

ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: praphan.ch@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภาวะผู้นำของผู้บริหาร คุณลักษณะของงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์การ ความผูกพันต่อองค์การที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรในระดับปฏิบัติการและระดับเจ้าหน้าที่บริษัทในอุตสาหกรรมเคมีที่ยินดีให้ข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายได้จำนวน 64 คนโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง มีการตรวจความถูกต้องเชิงเนื้อหาในแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ นำไปทดลองใช้ และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาคได้ 0.98 ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบที ทดสอบเอฟ ถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าอายุ คุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การมีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์การ

ABSTRACT

This research of “Factors affecting Organizational Citizenship Behaviors of Staff in Chemical Industry” was conducted with the purpose to study the demographic characteristics, executive leadership, job characteristic, quality of work life, organizational culture and organizational commitment factors affecting organizational citizenship behavior of staff in chemical industry. This research methodology was the survey research by using questionnaires to collect data from sample which was staff at operational level and officers level of companies in chemical industry who were willing to give information. Simple random was applied and sample size was 64 people. The questionnaires were tested for content validity by experts, try out and

reliability testing by Cronbrach's alpha coefficient was 0.98. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and Multiple Regression. The research results showed that age, quality of work life and organizational commitment factors affects organizational citizenship behavior of staff in chemical industry.

KEYWORDS: Organizational Citizenship Behaviors, Quality of Work Life, Organizational Commitment

บทนำ

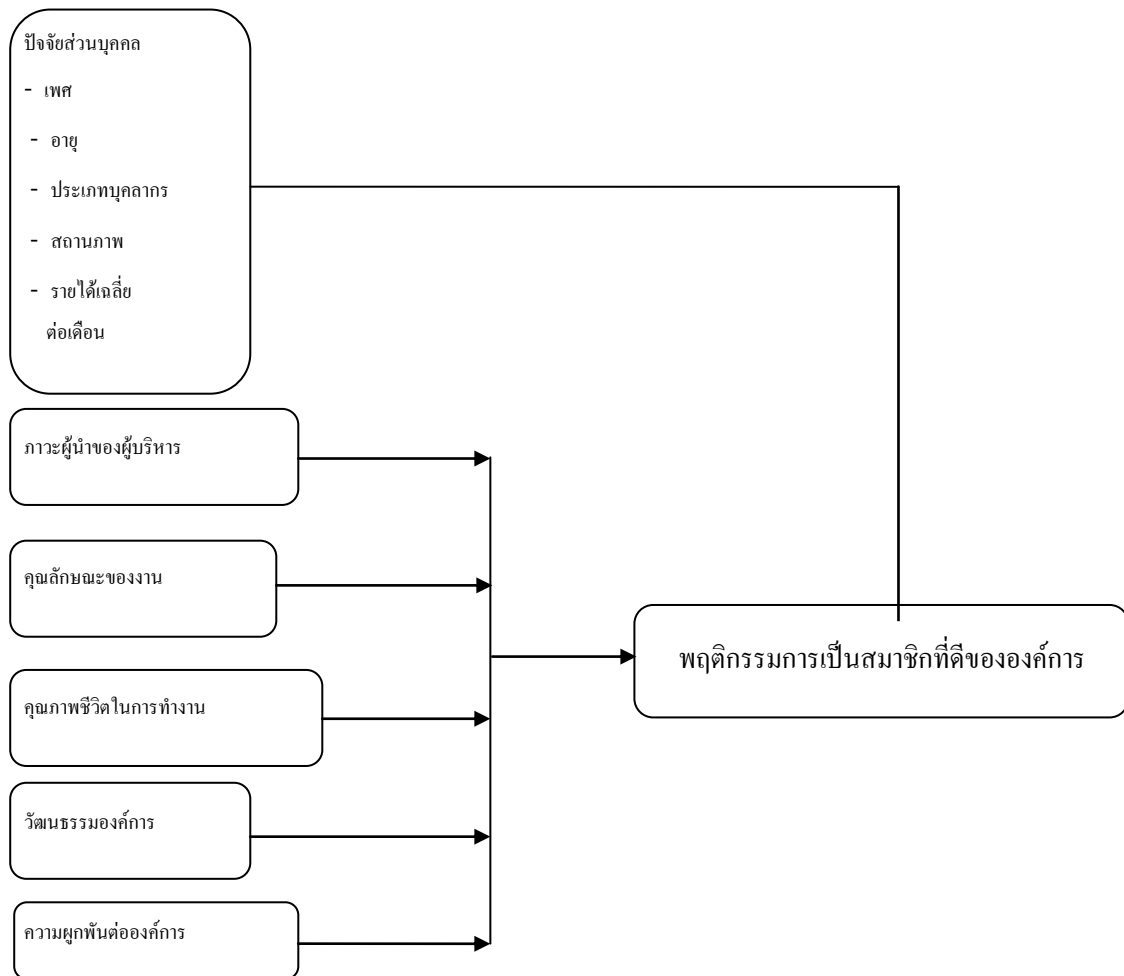
พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behaviors) เป็นคุณลักษณะของบุคคลซึ่งนักวิจัยในสาขาจิตวิทยาขององค์กรให้ความสนใจอย่างมากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา โดยมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของบุคคลที่ประเมินโดยฝ่ายบริหาร มีผลโดยตรงต่อตัวพนักงานขององค์กรในการสร้างประโยชน์ให้แก่องค์กร เป็นกระบวนการภายในบุคคล ด้วยการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถ พนักงานจะเลือกรูปแบบการทำงานให้ประสบความสำเร็จโดยอาศัยความสอดคล้องกันระหว่างค่านิยมของพนักงานและองค์กร และ ต่อเพื่อนร่วมงานด้วยการร่วมมือกันทำงาน รับฟังปัญหาของเพื่อนร่วมงาน เต็มใจช่วยเหลือเพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับงาน (Kidwell, Mossholder & Bennett, 1997) จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลากหลายปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอื่นจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นภาวะผู้นำของผู้บริหาร คุณลักษณะของงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร เช่น Van Dyne et al., (1994) & Podsakoff et al., (2000) พบว่า คุณลักษณะของงาน (Job characteristics) ได้แก่ ขอบเขตของโครงสร้างของงานที่กำหนดไว้ การให้ข้อมูลย้อนกลับ และ ให้อิสระในการทำงาน เป็นต้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กันยา พิรพัฒนานันท์ (2546) เกษรา ชัยรังสีเลิศ (2547) และ เอกชัย นูรณชน (2550) พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และ ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบายมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กันยา พิรพัฒนานันท์ (2546) กษมา ทองขลิบ (2550) Sayyed Mohsen Allameh, Samane Amiri & Ali Asadi (2011) พบว่าความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนสุพรรณา ประทุมวัน (2544) กษมา ทองขลิบ (2550) Farideh Haghshenas Kashani (2012), Rasool Vazifeh, Afshin Rahnama, Nahid Lotfi & Ali Dorosti (2013) พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคุณภาพของชีวิตการทำงานกับพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกขององค์กร โดยพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับสูงมีพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในระดับดีกว่าพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 Jagannath Mohanty (2012) พบว่ามีอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ประกอบกับการที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสให้บริการวิชาการแก่สังคมเกี่ยวกับการรายงานผลสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการ ในภาคอุตสาหกรรมทั่วประเทศที่ร่วมกับสถาบันเสริมสร้างขีดความสามารถมนุษย์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2552 ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยภายในองค์กร ทั้งด้านภาวะผู้นำของ

ผู้บริหาร คุณลักษณะของงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี โดยเลือกศึกษาจากบริษัทที่ให้ข้อมูลค่าจ้างและสวัสดิการในกลุ่มอุตสาหกรรมตามผลสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการปีล่าสุด คือ ปี 2556/2557 จึงนำมาสู่หัวข้อวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ศึกษาภาวะผู้นำ 3 ด้าน ตามแนวคิด ทฤษฎีของ Bass and Avolio (1990) ได้แก่ 1.ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2.ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน 3. ภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบาย ศึกษาคุณลักษณะของงาน 5 ด้าน ตามแนวคิด ทฤษฎีของ Hackman and Oldham (1980) ได้แก่ 1. ความหลากหลายของงาน (skill variety) 2. ความมีเอกลักษณ์ของงาน (task identity) 3. ความสำคัญของงาน (task significance) 4. ความมีอิสระในการทำงาน (autonomy) 5. ผลสะท้อนจากงาน (feedback) ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงาน 8 ด้าน ตามแนวคิด ทฤษฎีของ Walton (1974) ได้แก่ 1. ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ (Adequate and Fair Compensation) 2. สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and Healthy Working Conditions) 3. การพัฒนาความสามารถของบุคคล (Development of Human Capacities) 4. ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน (Growth and Security) 5. การบูรณาการด้านสังคม (Social Integration) 6. ธรรมเนียมในองค์กร (Constitutionalism) 7. ความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตส่วนตัว (The Total Life Space) 8. ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม (Social Relevance) ศึกษาวัฒนธรรมองค์กร 10 ด้าน ตามแนวคิด ทฤษฎีของ Robbins (1996) ได้แก่ 1. การริเริ่มส่วนบุคคล (Individual Initiative) 2. การยอมรับในเรื่องความเสี่ยง (Risk Tolerance) 3. การกำหนดทิศทางและเป้าหมาย (Direction) 4. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Integration) 5. การสนับสนุนในเรื่องการบริหาร (Management Support) 6. การควบคุมขององค์กร (Control) 7. ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร (Identity) 8. ระบบการให้รางวัลขององค์กร (Reward System) 9. การยอมรับต่อความขัดแย้งขององค์กร (Conflict Tolerance) 10. แบบแผนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (Communication Patterns) ศึกษาความผูกพันต่อองค์กร 3 ด้าน ตามแนวคิด ทฤษฎีของ Allen & Meyer (1991) ได้แก่ 1.ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment) 2. ความผูกพันด้านคงอยู่กับองค์กร (Continuance Commitment) 3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) ศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร 5 ด้าน ตามแนวคิด ทฤษฎีของ Organ (1988) ได้แก่ 1. พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ (Altruism) 2. พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น (Courtesy) 3. พฤติกรรมการอดทนอดกลั้น (Sportsmanship) 4. พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ (Civic Virtue) 5. พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ (Conscientiousness)

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว สามารถทำเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร คุณลักษณะของงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทบุคลากร สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี
2. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร คุณลักษณะของงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรมีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรในอุตสาหกรรมเคมี

วิธีการดำเนินวิจัย

เนื่องจากผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้บริหารกลุ่มงานทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเคมีตามผลสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการ ปี 2556 /2557 ซึ่งมีค่าจ้างเฉลี่ยต่อเดือน ระดับปฏิบัติการ 15,139 บาทและระดับเจ้าหน้าที่ 22,450 บาท โดยมีบุคลากรระดับปฏิบัติการและระดับเจ้าหน้าที่จาก 2 บริษัทที่ยินดีให้ข้อมูลจำนวน 64 คนเท่านั้น ดังนั้นจึงกำหนดประชากรคือบุคลากรระดับปฏิบัติการและระดับเจ้าหน้าที่ของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเคมีตามผลสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการ ปี 2556 /2557 โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง และกลุ่มตัวอย่าง คือบุคลากรระดับปฏิบัติการและระดับเจ้าหน้าที่ของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเคมีตามผลสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการ ปี 2556 /2557 ที่ยินดีให้ข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ได้จำนวน 64 คน

เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภาวะผู้นำ คุณลักษณะของงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์การ ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรโดยดัดแปลงเพื่อให้มีความเหมาะสมกับกรอบแนวคิดการทำวิจัยซึ่งรูปแบบข้อคำถามเป็นปลายปิด (Close ended Question) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามภาวะผู้นำ 3 ด้าน จำนวน 12 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของงาน 5 ด้าน จำนวน 20 ข้อ ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน 8 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การ 10 ด้าน จำนวน 20 ข้อ ส่วนที่ 6 แบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร 3 ด้าน จำนวน 10 ข้อ ส่วนที่ 7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร 5 ด้าน จำนวน 10 ข้อ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC (Item Objective Congruence) ได้ 0.99 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในอุตสาหกรรมเคมีแต่อยู่ในอุตสาหกรรมอื่น จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ได้ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t test : Independent Sample Test F test หรือ One Way ANOVA และ Multiple Regression

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 62.5 อายุระหว่าง 30-น้อยกว่า 40 ปี ร้อยละ 45.3 บุคลากรระดับเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 70.3 สถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน ร้อยละ 54.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 48.4 ปัจจัยภาวะผู้นำของผู้บริหารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.83$) ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$) ภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบายอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X} = 2.17$) ปัจจัยคุณลักษณะของงานอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.84$) โดยทุกด้านอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ความสำคัญของงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือความมีอิสระ

ในการทำงาน ($\bar{X} = 3.98$) เอกลักษณะของงาน ($\bar{X} = 3.90$) ผลสะท้อนของงาน ($\bar{X} = 3.68$) ความหลากหลายของงาน ($\bar{X} = 3.62$) ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.69$) โดยทุกด้านอยู่ในระดับสูง ยกเว้นด้าน ค่าตอบแทนและธรรมเนียมในองค์การอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การบูรณาการด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.00$) ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงาน ($\bar{X} = 3.84$) การพัฒนาความสามารถ ($\bar{X} = 3.82$) ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม ($\bar{X} = 3.62$) ความก้าวหน้ามั่นคง ($\bar{X} = 3.55$) ธรรมเนียมในองค์การ ($\bar{X} = 3.46$) และค่าตอบแทน ($\bar{X} = 3.18$) ตามลำดับ

ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การอยู่ในระดับที่สูง ($\bar{X} = 3.78$) โดยทุกด้านอยู่ในระดับสูง ยกเว้น ด้านการยอมรับต่อความขัดแย้งขององค์การอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์การมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาด้านการสนับสนุนในเรื่องการบริหาร ($\bar{X} = 3.96$) การกำหนดทิศทางและเป้าหมาย/การควบคุมองค์การ ($\bar{X} = 3.89$) การยอมรับในเรื่องความเสี่ยง ($\bar{X} = 3.78$) แบบแผนการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ ($\bar{X} = 3.75$) การริเริ่มส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.69$) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ($\bar{X} = 3.64$) ระบบการให้รางวัลขององค์การ ($\bar{X} = 3.56$) การยอมรับต่อความขัดแย้งขององค์การ ($\bar{X} = 3.27$) ตามลำดับ ปัจจัยความผูกพันต่อองค์การอยู่ในระดับที่สูง ($\bar{X} = 3.87$) โดยทุกด้านอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ความผูกพันด้านบรรทัดฐานค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมาความผูกพันด้านคงอยู่กับองค์การ ($\bar{X} = 3.87$) และด้านจิตใจ ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.03$) โดยทุกด้านอยู่ในระดับสูง ได้แก่ พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือพฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ ($\bar{X} = 4.08$) พฤติกรรมการสำนึกในหน้าที่ ($\bar{X} = 4.00$) พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ ($\bar{X} = 3.98$) พฤติกรรมการอดทนอดกลั้น ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การโดย อายุ 50-60 ปีมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) แตกต่างจากอายุกลุ่มอื่น ๆ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การมีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์การ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

Model	ตัวแปรต้น	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	1.051	.343		3.059	.003
	คุณภาพชีวิตในการทำงาน	.473	.107	.444	4.434	.000
	ความผูกพันต่อองค์การ	.320	.077	.414	4.133	.000

a. Dependent Variable :พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 R = .755 R Square = .570 Adjust R Square = .556

Std. Error of the Estimate = .33457

$$\hat{Y} = 1.051 + .473(\text{คุณภาพชีวิตในการทำงาน}) + 0.320(\text{ความผูกพันต่อองค์กร})$$

อภิปรายผล

ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานในอุตสาหกรรมเคมีมีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพรรณา ประทุมวัน (2544) กษมา ทองขลิบ (2550) Farideh Haghshenas Kashani (2012), Rasool Vazifeh, Afshin Rahnama, Nahid Lotfi & Ali Dorosti (2013) ที่พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ค่าเฉลี่ยของคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านค่าตอบแทนและธรรมเนียมในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยสูง ยกเว้นข้อคำถามว่า ท่านได้รับค่าตอบแทนทุกรูปแบบอย่างเพียงพอกับค่าใช้จ่ายในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยปานกลาง ($\bar{X} = 3.11$) และ ท่านได้รับค่าตอบแทนในการทำงานเหมาะสม ยุติธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับตำแหน่งอื่นที่มีลักษณะงานคล้ายคลึงกัน มีค่าเฉลี่ยปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) ถึงแม้ผลสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการปี 2556/2557 จะออกมาว่า ค่าจ้างเฉลี่ยต่อเดือน ระดับเจ้าหน้าที่ 22,450 บาท ซึ่งกำหนดไว้ว่าวุฒิ ปริญญาตรี และ มีประสบการณ์ทำงาน 3 ปีขึ้นไป ระดับปฏิบัติการ 15,139 บาทก็ตาม อาจยังไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายในสภาพเศรษฐกิจยุคปัจจุบันที่ค่าครองชีพถีบตัวสูงขึ้นมากและเมื่อเปรียบเทียบแล้วยังรู้สึกละอายใจที่ค่าตอบแทนยังน้อยอยู่ อาจยังไม่เหมาะสม หรือ ธรรมเนียมในองค์กร เช่น ข้อคำถามว่า ท่านคิดว่าวิธีการเลื่อนตำแหน่งพนักงานในบริษัทมีความโปร่งใสและยุติธรรม ค่าเฉลี่ยปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$) อาจเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความคิดเห็นถึงวิธีการเลื่อนตำแหน่งที่อาจไม่เป็นธรรม

ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรในอุตสาหกรรมเคมี พบว่ามีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อองค์กรบรรทัดฐานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือความผูกพัน

ด้านคงอยู่กับองค์กร และความผูกพันด้านจิตใจตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กันยา พิรพัฒนานันท์ (2546) กษมา ทองขลิบ (2550) Sayyed Mohsen Allameh, Samane Amiri & Ali Asadi (2011) พบว่าความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้

1. ควรสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีให้กับบุคลากรในระดับเจ้าหน้าที่และระดับปฏิบัติการกลุ่มอุตสาหกรรมเคมีจนเกิดความผูกพันต่อองค์กรเพื่อจะได้อยู่กับองค์กรไปนานๆ จนเกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่สูงขึ้น
2. ควรเพิ่มค่าครองชีพที่เหมาะสมตามกำลังความสามารถในการจ่ายได้ของบริษัท ในค่าตอบแทนที่พอจะแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของบุคลากรในระดับเจ้าหน้าที่และระดับปฏิบัติการกลุ่มอุตสาหกรรมเคมีได้
3. ควรพิจารณาการเลื่อนตำแหน่งของบุคลากรในระดับเจ้าหน้าที่และระดับปฏิบัติการกลุ่มอุตสาหกรรมเคมีโดยอ้างอิงจากผลการปฏิบัติงาน ระดับสมรรถนะที่เหมาะสมกับตำแหน่งโดยมีเกณฑ์ที่ชัดเจนประกาศให้ทราบล่วงหน้าโดยทั่วกัน
4. ควรที่จะมีการปรับค่านิยม และทัศนคติด้านความเต็มใจในการทำงานเพื่อองค์กร และลดความคิดในการที่จะลาออกจากองค์กรเพื่อให้บุคลากรในระดับเจ้าหน้าที่และระดับปฏิบัติการกลุ่มอุตสาหกรรมเคมีเกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยในอุตสาหกรรมอื่นเพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกับ
2. ควรนำผลวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ไปเสนอต่อผู้บริหารอุตสาหกรรมเคมีเพื่อต่อยอดงานวิจัยเชิงคุณภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กษมา ทองขลิบ. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร กับ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของครูโรงเรียนราชินีบน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กันยา พิรพัฒนานันท์ (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้รูปแบบภาวะผู้นำ ความผูกพันต่อองค์กร กับ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เกษรา ชัยรังษีเลิศ. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การสนับสนุนทางสังคม ทัศนคติต่องาน และ ภาวะผู้นำ กับ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิชชา สุกเสถียร (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ไฟร์เทรคเอ็นจิเนียริง จำกัด และ กลุ่มบริษัทในเครือ. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

เอกชัย บุรณธน. (2550). **ภาวะผู้นำ ทักษะคิดต่องาน การมีส่วนร่วมในงาน และ พฤติกรรมการเป็น สมาชิกที่ดีขององค์กร: ศึกษาเฉพาะหัวหน้างานระดับต้นของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Allen, N.J. & Meyer, J.P. (1991). A Three-component conceptualization of organizational commitment. **Human Resource Management Review**, 1, p.61-89.

Bass, B.M., & Avolio, B.J. (1990). "The implications of transactional and transformational leadership for individual, team, and organizational development." **Research in Organizational Change and Development**, 4, 231-272.

Farideh Haghshenas Kashani. (2012). A Review on Relationship between Quality of Work Life and Organizational Citizenship Behavior (Case Study: An Iranian Company) **Journal of Basic and Applied Scientific Research**, 2(9), 9523-9531.

Hackman, J. R. and G. R. Oldham. (1980). **Work Redesign**. New York: Addison-Wesley Publishing Company Inc.

Jagannath Mohanty. (2012). Influence of Organizational Culture on Organizational Citizenship Behavior: A Three-Sector Study. **Global Journal of Business Research**, 6 (1), 65-76.

Kidwell, R.E. Jr., Mossholder, K.W., & Bennett, N. (1997). "Cohesiveness and organizational citizenship behavior : A multilevel analysis using work groups and individuals – A special Issue : Focus on Hierarchical Linear Modeling" **Journal of Organizational Behavior**, 16, pp. 319-333.

Organ, D.W. (1988). **Organizational Citizenship Behaviors: The Good Soldier syndrome**. Lexington. Massachusetts: Lexington Books.

Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Paine, J.B., & Bachrach, D.G. (2000). "Organizational citizenship behaviors : A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research" **Journal of Management**, 26, pp. 513-563.

Rasool Vazifeh, Afshin Rahnama, Nahid Lotfi & Ali Dorosti. (2013). Evaluation of Impact of Quality of Work Life on Employees' Organizational Citizenship Behavior (Case study: Pars-Abad branch of Islamic Azad University). **Journal of Basic and Applied Scientific Research**, 3(6), 630-635.

Robbins, Stephen P. (1996). **Organizational Behavior : Concepts, Controversies and Applications**. (7th ed). New Jersey : Prentice Hall.

Sayyed Mohsen Allameh,, Samane Amiri & Ali Asadi. (2011). A Survey of Relationship between Organizational Commitments and Organizational Citizenship Behavior Case study: Regional Water Organization of

Mazandaran Province. **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, 3(5), 360-368.

- Van Dyne, L., J. W. Graham., and R. M. Dienesch. (1994). "Organizational citizenship behavior : Construct redefinition, measurement, and validation". **Academy of Management Journal**. 37 (4) : 765-802.
- Walton, & Richard E. (1974). "Improving The Quality of Work Life." **Harvard Business Review**. Vol.52 (May-June): p. 12.

**การรับรู้และการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) กับ
ยุทธศาสตร์โอท็อป เพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558
PERCEPTION AND CAPACITY DEVELOPMENT OF OTOP
ENTREPRENEURS WITH OTOP STRATEGY FOR THE UPCOMING
ASEAN ECONOMIC COMMUNITY IN 2015**

วรรณิ งามขจรกุลกิจ

อาจารย์สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: wannee.ng@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการรับรู้และการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) กับยุทธศาสตร์โอท็อป เพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับ AEC และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอท็อปของรัฐบาล ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมด้านศักยภาพและความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ โอท็อป เพื่อการเข้าสู่การค้าในเวที AEC การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสอบถามผู้ประกอบการในงาน “OTOP CITY 2012 มหกรรมภูมิปัญญาแห่งแผ่นดิน 1 ทศวรรษ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ไทย” ด้วยแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยกับผู้ประกอบการโอท็อป จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น(OTOP) ที่มีคุณลักษณะและมาตรฐานโอท็อปสูง มีการรับรู้และความรู้ความเข้าใจต่อสถานการณ์และผลที่เกิดขึ้นจากการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่ AEC รวมถึงแสดงความคิดเห็นว่ามีความพร้อมด้านศักยภาพในการแข่งขันด้านธุรกิจการค้าในเวที AEC ทั้งความพร้อมด้านปัจจัยการผลิต ด้านปัจจัยอุปสงค์ ด้านปัจจัยอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ด้านปัจจัยยุทธการโครงสร้างและสภาพการแข่งขัน แต่ในส่วนความต้องการพัฒนาศักยภาพให้แข็งแกร่งกว่าเดิมตามแนวทางการพัฒนาศักยภาพตามยุทธศาสตร์โอท็อปนั้น กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นต้องการให้ภาครัฐและรัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุน โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ด้านการแข่งขันทางการตลาด การเจาะขยายตลาดใหม่ การวางแผนการส่งเสริมการตลาดหรือสื่อสารการตลาด ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพไปสู่เป้าหมายของการยกระดับ สร้าง แบรนค์โอท็อปไทยสู่ภูมิภาคอาเซียนและระดับนานาชาติ

คำสำคัญ: โอท็อป อาเซียน การตลาด แบรนค์ กลยุทธ์

ABSTRACT

The objectives of the study were to study the perception, awareness and knowledge of AEC and OTOP Strategy, to survey readiness for doing international businesses of OTOP in Thailand towards the ASEAN Economic Community and to find out the need of improving the competitive potentials of OTOP Entrepreneurs. This research was quantitative research and involved the usage of questionnaires to collect data from OTOP entrepreneurs during the time of the OTOP CITY 2012 Event.

The findings showed that most OTOP entrepreneurs acknowledged the importance of competition and have been ready for the upcoming AEC in 2015 when considering the overall OTOP competitive potentials. It also showed that most of OTOP with 5 star quality standards had a higher average score of business readiness and capacity than ones with 4 or 3 star. The 5 star entrepreneurs knew that AEC will have increased opportunities for their business and investment of the ASEAN country members. In addition to prepare for readiness-increase opportunities to strengthen competitive capacity both in AEC and international markets, the government should support by finding new markets, up-to-date and complete information resources related to ASEAN markets. Furthermore, training and seminars should be held to educate OTOP entrepreneurs and members on technology databases of ASEAN countries and customer database, marketing and competitive strategy, IMC (Integrated Marketing Communication) and CRM (Customer Relationship Management). All of these should be made for benefits of strengthening OTOP competitive capacity before entering AEC.

KEYWORDS: OTOP, ASEAN, Marketing, Brand, Strategy

บทนำ

การเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถให้กับโอท็อปไทยเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลทุกสมัยได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง ในรัฐบาลสมัยอดีตนายกรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร โดยคณะรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจและสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้เสนอยุทธศาสตร์โอท็อปและโครงการกิจกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับโอท็อปเข้าสู่ AEC และเป็นเป้าหมายที่รัฐบาลเป็นผู้กำหนดเพื่อการพัฒนาศักยภาพของโอท็อปและเศรษฐกิจของประเทศ

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของนโยบายและยุทธศาสตร์นี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ประกอบการ โอท็อป ความพร้อมของกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อปที่จะตอบรับมากน้อยเพียงใด ดังนั้นการศึกษาข้อมูลหรือภาพสะท้อนจากผู้ประกอบการโอท็อปโดยตรง เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและยุทธศาสตร์โอท็อปเหล่านี้จะทำให้ผู้ประกอบการโอท็อป เกิดการรับรู้ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องนโยบาย ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายที่ถูกกำหนดโดยรัฐบาลหรือไม่ อย่างไร ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมด้านศักยภาพของผู้ประกอบการโอท็อปเป็นอย่างไร และความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อเข้าสู่ AEC มีอะไรบ้างที่ผู้ประกอบการต้องการจากภาครัฐและรัฐบาล จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจเพื่อค้นหาคำตอบจากกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อปโดยตรง และเป็นตัวสะท้อนถึงความสำเร็จของนโยบายและยุทธศาสตร์นั้นหรือไม่ อย่างไร

การวิจัยเรื่องการรับรู้และการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น(OTOP) กับยุทธศาสตร์โอท็อป เพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558 นี้จึงเป็นเสมือนกระจกสะท้อนให้ภาครัฐเห็นแนวทางพัฒนาเรื่องนี้ต่อไป เพราะจะทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการเข้าสู่ AEC ความคิดเห็นด้านความพร้อม และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพโอท็อปตามที่อยู่ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นมีความต้องการในการเพิ่มศักยภาพเพื่อการแข่งขันในเวทีการค้าของ AEC และผลการวิจัยย่อมเป็นการสะท้อนภาพจากกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อป และเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาล กระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผนพัฒนาเพื่อไปสู่เป้าหมายของการยกระดับและสร้างแบรนด์โอท็อปไทยสู่อาเซียนและนานาชาติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับ AEC และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอท็อปของรัฐบาล ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมด้านศักยภาพและความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อการเข้าสู่การค้าในเวที AEC

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมา ทำให้เห็นกรอบความคิดในการวิจัยและตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ประกอบด้วยแนวคิดการปฏิรูปธุรกิจไทยสู่การแข่งขันในระดับนานาชาติ แนวคิดกลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการ และการนำตัวชี้วัดศักยภาพมาใช้ ประเมินศักยภาพด้านความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558 ดังต่อไปนี้

แนวคิดการปฏิรูปธุรกิจไทยสู่การแข่งขันในระดับนานาชาติ นั้น ไมเคิล อี.ปอร์เตอร์ (อ้างถึงใน มานิต รัตนสุวรรณ, 2553: 476-477) ได้เสนอเป็นวาระแห่งชาติสำหรับรัฐบาลไทยในเรื่องการยกระดับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การเป็นผู้ชี้นำให้เกิดยุทธศาสตร์ระดับชาติ การหาวิธีส่งเสริมให้นักธุรกิจไทยก้าวข้ามขึ้นไปแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับสากล การสร้างมาตรฐานใหม่ สร้างคนรุ่นใหม่ พัฒนาแรงงานที่มีฝีมือ การสร้างวินัยการขยายไปในธุรกิจใหม่ๆ อุตสาหกรรมใหม่ นวัตกรรมใหม่ เพื่อส่งออกไปแข่งขันกับนานาชาติ ซึ่งในการปฏิรูปธุรกิจไทยนี้ สิ่งที่ต้องการและคาดหวังคือ การได้รับการสนับสนุนจากรัฐ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนถูกต้อง การส่งเสริมให้เอกชนไปแข่งขันในระดับนานาชาติ โดยการผนึกกำลังทุกฝ่ายในการเร่งพัฒนาการศึกษา ความรู้ทางการค้าให้กับภาคธุรกิจให้มีวิสัยทัศน์มองโลกที่กว้างไกลออกไป

ส่วนแนวคิดกลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการนั้น เป็นการผสมผสานการใช้เครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ และการสร้างแบรนด์ โดยหนึ่งในเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันนั้น คือการใช้กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดยธุรกิจหลายแห่งได้นำเอากลยุทธ์ CRM มาเป็นเครื่องมือในการสร้าง "ความได้เปรียบในการแข่งขัน" เพื่อสร้างฐานลูกค้า ที่มีมูลค่าเหนือคู่แข่ง และเป็นเครื่องมือที่องค์กรสามารถสร้างผลกำไรในระยะยาว

สำหรับการนำตัวชี้วัดศักยภาพนั้น ในงานวิจัยนี้ได้ประยุกต์จากงานของธนา สมพรเสริม และศักดิ์สิทธิ์ บุญพลากร (2555: 199-208) เรื่องแนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคเหนือ ซึ่งเป็นงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาถึงตัวแปรที่กำหนดระดับศักยภาพเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระดับศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการ โอท็อป ในเขตภาคเหนือ และงานวิจัยของ รศดา เวชฎาพันธุ์ และ สุมาลี สันติพลวุฒิ (2555: 224-231) ศึกษาแนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคกลาง โดยใช้ข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ที่ตั้งอยู่ในเขตภาคกลางของประเทศไทย มาปรับปรุงประยุกต์ใช้เพื่อให้ผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น(OTOP) ประเมินศักยภาพของตนเองในด้านความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558 ประกอบด้วย 1. ด้านปัจจัยการผลิต ประกอบด้วย 12 ตัวชี้วัด ได้แก่ แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของสมาชิก แนวโน้มการจ้างงาน สัดส่วนแรงงานในการผลิต การจัดหาวัตถุดิบในการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบ การประยุกต์ใช้เครื่องจักรในการผลิต การปรับปรุงกระบวนการผลิต การมีบุคลากรที่สามารถใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในการบริหารกลุ่ม ระบบบัญชีของกลุ่ม การลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม การถ่ายทอดความรู้ของสมาชิก 2. ด้านอุปสงค์ ประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัด ได้แก่ แนวโน้มยอดขาย สัดส่วนของยอดขาย แนวโน้มจำนวนลูกค้าทั้งหมด แนวโน้มจำนวนลูกค้าเก่า แนวโน้มจำนวนลูกค้าใหม่ การจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า 3. ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ ความช่วยเหลือที่ได้รับจากลูกค้า การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในชุมชน การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับอำเภอ การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับจังหวัด การให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชน และ 4. ด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน มีตัวชี้วัด 8 ตัว ได้แก่ การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ราคาสินค้าที่กลุ่มได้รับ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพสินค้า การรับรองมาตรฐานสินค้า และการได้รับรางวัล

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ โอท็อป ที่ผ่านการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 3-5 ดาวที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการการผลิตและการจัดจำหน่าย เป็นสินค้ามีมาตรฐานคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาด ในปี พ.ศ. 2555 โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงศึกษาผู้ประกอบการ โอท็อป ที่เข้าร่วมงาน “OTOP CITY 2012 มหกรรมภูมิปัญญาแห่งแผ่นดิน 1 ทศวรรษ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ไทย เถลิงพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลในพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2555” ณ ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพค เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 15-23 ธันวาคม 2555 และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย

เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด โดยประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดศักยภาพการศึกษาแนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคเหนือ ของธนา สมพรเสริม และศักดิ์สิทธิ์ บุญพลากร และตัวชี้วัดศักยภาพ OTOP ในภาคกลางของรศดา เวชฎาพันธุ์ และสุมาลี สันติพลวุฒิ ในการประเมินความพร้อมด้านศักยภาพของผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น(OTOP) เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558 โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความครอบคลุมของเนื้อหา และภาษา แล้วนำไปทำการทดสอบ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด

ทดสอบค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ได้ค่าประมาณระหว่าง 0.613-0.879 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือได้ เมื่อปรับปรุงแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลโดยการสอบถามตามข้อคำถามในแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ โอท็อป ณ ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพค เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 15-23 ธันวาคม 2555

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t – test, วิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับ AEC และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอท็อปของรัฐบาล รวมทั้งความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมด้านศักยภาพและความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อการเข้าสู่การค้าในเวที AEC นั้น โดยภาพรวมแล้วเป็นไปในทิศทางที่ดี คือสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาล ที่มีการดำเนินการในสมัยนายกรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. การรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับ AEC และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอท็อปของรัฐบาลนั้น พบว่าผู้ประกอบการโอท็อป ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสาร มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอท็อป ในด้านการจัดจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกใหม่ ผ่านสนามบินและบริษัทไปรษณีย์ไทย ด้านนโยบายของรัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับตามนโยบายของรัฐบาล โดยมีการกำหนดเป็นสินค้า “branding Thailand”

2. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมด้านศักยภาพและความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อการเข้าสู่การค้าในเวที AEC นั้น พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านศักยภาพทั้ง 4 ด้านคือความพร้อมด้านปัจจัยการผลิต ด้านปัจจัยอุปสงค์ ด้านปัจจัยอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ด้านปัจจัยยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 หากจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ศักยภาพด้านปัจจัยยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยด้านอื่นอีก 3 ด้าน และเมื่อศึกษาศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการโอท็อปประเมินความพร้อมด้านศักยภาพที่เกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้ของสมาชิก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แต่ด้านการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในการบริหารกลุ่มมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ส่วนความพร้อมด้านศักยภาพเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุปสงค์จำแนกรายข้อ พบว่า แนวโน้มด้านยอดขาย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.97 ขณะที่แนวโน้มจำนวนลูกค้าใหม่กับการจัดฐานข้อมูลของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ส่วนปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า การให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.88 ส่วนความช่วยเหลือที่ได้รับจากลูกค้ามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ส่วนปัจจัยด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการรับรองมาตรฐานสินค้า มีศักยภาพค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.10 แต่ศักยภาพด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

นอกจากนี้ ผลวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการโอท็อป ที่มีความพร้อมและศักยภาพในการแข่งขันบนเวทีการค้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนคือ กลุ่มที่มีคุณลักษณะและมาตรฐานโอท็อปสูงตามคุณสมบัติตัวแปร ได้แก่ ระยะเวลาจัดตั้งมานานมากกว่า 5 ปี สมาชิกหรือคนทำงานมากกว่า 50 คนขึ้นไป มีเงินทุนหมุนเวียนสูงกว่าด้าน

บาท เป็นกลุ่มโอท็อป มาตรฐาน 5 ดาว ระดับประเทศ และการได้รับรางวัล ผลการวิจัยยืนยันว่า กลุ่มดังกล่าวนี้เป็นกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อป ที่สามารถพัฒนาเสริมศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ โอท็อปที่รัฐบาลต้องการเสริมศักยภาพและขีดความสามารถให้กับโอท็อปไทยเพื่อรองรับการยกระดับโอท็อปและการสร้างแบรนด์โอท็อปไทยให้ก้าวสู่เวทีตลาดการค้าในระดับภูมิภาคและตลาดโลก

ส่วนความพร้อมด้านศักยภาพของการทำธุรกิจการค้าในอาเซียนนั้นผู้ประกอบการโอท็อป มีความมั่นใจในความพร้อมอย่างมากเมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 เนื่องจาก ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีความพร้อมและศักยภาพในเรื่องการผลิต แหล่งวัตถุดิบ การสร้างสรรค์เอกลักษณ์และคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าหรือสามารถแข่งขันในตลาดของประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนด้วยกัน รวมทั้งการเข้ามาของ AEC นั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจ เป็นผลดีต่อการเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถขยายตัวขยายตลาดออกไปภายนอกประเทศได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากข้อมูลว่าผู้ประกอบการโอท็อป ไม่กังวลเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด ที่เป็นเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์และราคา แต่มีสิ่งที่คุณประกอบการ โอท็อปยังมองว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคทางการตลาด คือ ด้านการตลาด การหาช่องทางในการเจาะตลาดเพื่อนำผลิตภัณฑ์ OTOP เข้าไปจัดจำหน่ายในตลาดภูมิภาคอาเซียน รวมถึงกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดและการส่งเสริมการตลาดที่สามารถช่วยขยายตลาด ขยายฐานลูกค้าออกไปยังภูมิภาคอาเซียน

ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์โอท็อปที่รัฐบาลเป็นผู้กำหนดเพื่อพัฒนาศักยภาพของโอท็อปและเศรษฐกิจของประเทศนั้น ผู้ประกอบการโอท็อป แสดงความต้องการให้ภาครัฐ รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือ ส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดและการแข่งขัน การให้ความรู้และฝึกทักษะด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาและเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มผู้ประกอบการโอท็อปไทย

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่า การรับรู้ ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการเข้าสู่ AEC และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพตามยุทธศาสตร์โอท็อปของผู้ประกอบการโอท็อป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ยังคงมีความกังวลต่อการหาตลาดจัดจำหน่ายและช่องทางในการเจาะตลาดภูมิภาคอาเซียน เพื่อการสร้างฐานลูกค้าใหม่ การกำหนดกลยุทธ์การตลาด การสร้างแบรนด์ OTOP ไทยสู่ตลาดอาเซียน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สะท้อนให้เห็นประเด็นที่น่าสนใจและน่าจะนำมาพัฒนาให้เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อปต่อไป ดังนี้คือ

1. จากการศึกษาความพร้อมด้านศักยภาพเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุปสงค์ของผู้ประกอบการ โอท็อปประเมินศักยภาพแนวโน้มด้านยอดขายสูงสุด ขณะที่แนวโน้มจำนวนลูกค้าใหม่กับการจัดฐานข้อมูลของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด แสดงให้เห็นข้อมูลบางประการที่เกี่ยวเนื่องกับการมองหรือความเข้าใจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างแบรนด์และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า กล่าวคือผู้ประกอบการโอท็อปมองและให้ความสำคัญเฉพาะกับยอดขายเชื่อมั่นว่าสินค้าที่ขายได้นั้นแนวโน้มน่าจะดีขึ้น แต่ไม่มั่นใจในเรื่องการหาลูกค้าใหม่และยัง ไม่มีการจัดฐานข้อมูลลูกค้าให้เป็นระบบ ซึ่งข้อมูลจากลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง เพราะในการดำเนินธุรกิจการที่องค์กรและแบรนด์ต่างๆ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้าจนกลายมาเป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อแบรนด์ได้แล้ว ย่อมจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจการตลาดและมีความคุ้มค่าอย่างยิ่งในการช่วยลดต้นทุนได้อย่างมาก เนื่องจากการหาลูกค้าใหม่ต้องใช้ต้นทุนสูงถึง 6-15 เท่าตัว

มากกว่าการที่จะรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้ ดังนั้นการสร้างระบบการเก็บข้อมูลของลูกค้าเพื่อใช้เป็นฐานในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายหลังจากการขายสินค้าด้วยกลยุทธ์ Customer Relationship Management (CRM) ตามหลักการของ CRM คือ การใส่ใจดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคลโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการจัดกลุ่มความสำคัญของลูกค้าโดยพิจารณาจากรายได้หรือกำไรในระยะยาว ดังนั้นผู้ประกอบการโอท็อป ควรเก็บข้อมูลของลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าไว้ เพราะหากลูกค้ากว้างขึ้นในกลุ่มอาเซียนจะได้เข้าใจลูกค้าของตนมากขึ้น

2. ในการศึกษาความพร้อมด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ โอท็อป ด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน พบว่าผู้ประกอบการโอท็อปประเมินศักยภาพด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดกว่าด้านอื่นๆ งานวิจัยหลายเรื่องกล่าวถึงปัจจัยหนึ่งที่เป็นปัญหาที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของโอท็อป คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(พวงเกสร วงศ์อนุพรกุล อ้างถึงใน ชันยชัย เจริญกุล, 2557: 182 , จาริตา หินเชาว์ และคณะ, 2553: 7) ซึ่งผู้ประกอบการ โอท็อปส่วนใหญ่ประสบปัญหาเรื่องการผลิตสินค้าแล้วขาดช่องทางการจัดจำหน่ายได้แต่ฝากขายตามร้านค้า หรือจำหน่ายผ่านงานแสดงสินค้าซึ่งจัดงานไม่ต่อเนื่อง ไม่ทั่วถึง ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีจำกัดเป็นปัญหาหรือจุดอ่อนของการสร้างศักยภาพในการแข่งขันเชิงธุรกิจการค้ากับต่างประเทศ หากภาครัฐช่วยเหลือ สนับสนุน โดยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะต่างๆ การกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด (Market logistics) ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต และตัวสินค้าจากแหล่งปัจจัยการผลิตผ่านโรงงานของผู้ผลิต แล้วกระจายไปยังผู้บริโภค จะช่วยเพิ่มศักยภาพในด้านการขายหรือการสร้างพันธมิตรคู่ค้าในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีดังนี้

1. ด้านปัจจัยการผลิต ผู้ประกอบการโอท็อปควรศึกษาและให้ความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ที่ช่วยในกระบวนการผลิตและลดต้นทุนในการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิต รวมถึงเครือข่ายกลุ่มจำหน่ายวัตถุดิบในการผลิต เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตให้มีมาตรฐานสามารถรองรับการค้าที่กำลังจะเกิดในภูมิภาคอาเซียน ส่วนรัฐบาลควรส่งเสริมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต และเทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อให้ผู้ประกอบการโอท็อปและสมาชิกกลุ่มเกิดความรู้ ทักษะในการใช้งานได้จริง

2. ปัจจัยด้านอุปสงค์ ผู้ประกอบการโอท็อป ควรนำโปรแกรมสำเร็จรูปมาจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของตนทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการติดต่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยกลยุทธ์ Customer Relationship Management

3. ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ OTOP ไทย อย่างจริงจัง แม้ว่าจะใช้เวลานานในการสร้างก็ตาม เพื่อให้คนไทยเกิดความภาคภูมิใจ เชื่อมั่นในการเลือกซื้อเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ OTOP ไทยไม่ไหลมาจากความสงสาร หรือเพียงต้องการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นหรือชุมชนตามที่มีการศึกษาวิจัยมาเท่านั้น

4. ปัจจัยด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน รัฐบาลควรริเริ่มจัดเตรียมฐานข้อมูลกลางให้พร้อม โดยเฉพาะข้อมูลที่ทำเป็นต่อการทำธุรกิจ และการแข่งขันทางการตลาด การกำหนดนโยบายและแผนการส่งเสริม พัฒนาความรู้ความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มโอท็อป ในเรื่องกลยุทธ์การตลาด

การสร้างแบรนด์และสื่อสารแบรนด์ OTOP การสร้างสรรค์ออกแบบ Website เพื่อใช้เป็นช่องทางการค้าขายผ่านทางออนไลน์แบบ E-commerce ซึ่งช่วยยกระดับการค้าและธุรกิจได้กว้างขวางและรวดเร็วขึ้นในการติดต่อค้าขายหรือทำธุรกิจกับต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป คือการวิจัยสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มผู้ประกอบการ โอท็อปในแต่ละระดับหรือแต่ละกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะด้านความต้องการที่จะให้รัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพอย่างแท้จริง และการวิจัยเปรียบเทียบพัฒนาการและการพัฒนาศักยภาพ OTOP ไทยกับ OTOP ของประเทศต่างๆในกลุ่ม AEC เพื่อวิเคราะห์ถึงความเป็นมา นโยบายและแผนในการพัฒนาศักยภาพ อันจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเป็นแบรนด์ OTOP ไทยสู่สากล

เอกสารอ้างอิง

จาริตา หินเระว้, กันยารัตน์ สุขวัชรกุล, และคณะ. “การจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านสามัคคีพัฒนา บ้านถ้ำเต่า หมู่ 1 ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภอบางบาล จังหวัดสุพรรณบุรี”. 2553. สืบค้นเมื่อ 6 พ.ย. 2557, จาก <http://www.kucon.lib.ku.ac.th/Fulltext/KC4807002>

“ซีอาร์เอ็ม CRM คืออะไร คือ กลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า”. 2555. สืบค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.mindphp.com>

ธนา สมพรเสริม และ ศักดิ์สิทธิ์ บุญพลากร. 2555. **แนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคเหนือ**.

กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชั้นยัมย์ เจริญกุล. “ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC.” วารสารนักบริหาร.

(2557). สืบค้นเมื่อ 6 พ.ย. 2557, จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive/jan_june_14

“สสว. ชง 5 โครงการพัฒนา SMEs รับนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลใหม่.” **ประชาชาติธุรกิจ**. (2554). สืบค้นเมื่อ 27 ก.ค. 2554, จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1311236814&grpid=no&catid=00

มานิต รัตนสุวรรณ. 2553. **ยุทธศาสตร์การตลาด**. กรุงเทพมหานคร: สุขุมวิทการพิมพ์.

รศดา เวชภูพานธุ์ และ สุมาลี สันติพลวุฒิ. 2555. **แนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคกลาง**.

กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2554. **รายงานการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและ**

ท้องถิ่น (OTOP) พ.ศ. 2554. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

Aakar, David. 1996. **Building Strong Brands**. New York: The Free Press.

Kapferer, Jean-Noel. 2004. **The new strategic brand management: creating and sustaining brand equity long term**. London: Kogan Page.

Kotler, Philip, Hoon Ang, Swee. 2003. **Marketing management: an asian perspective**. Singapore : Prentice-Hall.

การศึกษาโอกาสทางการตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายเพื่อจำหน่ายบนเว็บไซต์ของไทย

MARKET OPPORTUNITIES OF MENSWEAR FASHION FOR ONLINE SHOPPING IN THAILAND

ศุภวิทย์ วิไลพงศ์

นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail: shototan@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ของกลุ่มผู้ชายชาวไทย 2) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าเพศชายที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ 3) เพื่อศึกษาถึงความต้องการ ความคาดหวัง และความกังวลใจที่มีต่อเว็บไซต์ขายสินค้าแฟชั่นผู้ชาย และ 4) เพื่อศึกษาโอกาสและอุปสรรคในการทำตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ จากกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคเพศชายที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และสถิติไคสแควร์ ผลของข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัย พบว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักมีอายุตั้งแต่ 15 - 24 ปี มีความต้องการซื้อสินค้าประเภทเสื้อยืด กางเกงยีนส์ รองเท้าผ้าใบ กระเป๋าสะพายข้าง และเครื่องประดับ มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเนื่องจาก เว็บไซต์มีสินค้าที่ไม่สามารถหาได้ตามหน้าร้านทั่วไป มีความคิดเห็นว่าตัวของผู้บริโภคเองเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเองมากกว่าผู้มีอิทธิพลอื่น ซื้อสินค้าเมื่อมีสินค้าลดราคา ต้องการช่องทางการชำระเงินแบบโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร / ATM / Online Banking ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสไตล์การแต่งกายแบบลำลอง มีช่องทางการติดตามหรือรับรู้ข่าวสารด้านแฟชั่นผ่านอินเทอร์เน็ต มีสื่อที่สร้างแรงบันดาลใจในการแต่งกายจากสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังต่อเว็บไซต์ อันดับที่ 1 เรื่องคุณภาพของสินค้า อันดับที่ 2 เรื่องความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และอันดับที่ 3 เรื่องความหลากหลายของสินค้า ส่วนใหญ่มีความกังวลใจในการซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ โดยความกังวลใจที่สำคัญที่สุดคือไม่เห็นสินค้าของจริง โอกาสทางการตลาดในการทำตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ ได้แก่ อัตราของผู้ที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อสินค้า ผู้บริโภคเพศชายที่มีอายุ 15 - 44 ปี ความคาดหวังของผู้บริโภคในเรื่องคุณภาพของสินค้า ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ความหลากหลายของสินค้า และการแสดงภาพและรายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจน อุปสรรคทางการตลาดในการทำตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ ได้แก่ ผู้บริโภคเพศชายที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ความกังวลในเรื่องไม่มั่นใจว่าสินค้าจะเหมาะกับตนเอง เพราะไม่สามารถทดลองสวมใส่ก่อนได้ และการไม่เห็นสินค้าของจริง

คำสำคัญ: สินค้าแฟชั่นผู้ชาย โอกาสทางการตลาด ขายสินค้าออนไลน์ พฤติกรรมการซื้อ

ABSTRACT

This research aims at 1) studying the online purchase behavior of Thai men; 2) determining the demographic characteristics of the target group of men buying online menswear fashion; 3) investigating the needs, expectations and concerns toward menswear fashion and shopping sites; 4) identifying opportunities and barriers to market menswear fashion on the Internet. The samples used in this study were 400 male consumers who have purchased goods and services through the Internet in Thailand. A questionnaire was used to collect the data. The statistics used in the analysis were Frequency, Percentage and Chi-Square. The results of the data from the research found that the primary target customers were aged between 15 - 24 years old. The target customers' needs were to purchase products such as T-shirts, jeans, sneakers, messenger bags, and jewelries. The reason for the purchase was that the websites provided products that cannot be found in the general stores. The consumers' opinions were that they made the decisions to purchase on their own more than any other influence; they bought products when items were on sale and wanted to transfer money via bank/ATM/online banking. Most respondents had a casual dress style; their channels or perception of fashion were over the Internet; with social media influencing how they dress. Expectation for the site ranked quality as the most important; the second was the credibility of the website and the third was the variety of products. Most consumers were worried to buy menswear fashion online. The most important concern was that they could not view the real products. Marketing opportunities in menswear fashion on the Internet referred to the rate of people who have purchased a product online, which was more than men who had never purchased. Male consumers aged 15 - 44 years old had expectations from the fashion websites on product quality, credibility, variety, clear display of images and descriptions. Market barriers to marketing menswear fashion websites included male consumers aged 45 and over who were concerned about whether the product was appropriate for their needs because they could not try before and not see it in real.

KEYWORDS: menswear fashion, market opportunities, selling products online, purchasing behavior.

บทนำ

ปัจจุบันการเติบโตของตลาดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มีแนวโน้มการขยายตัวสูงขึ้นเรื่อย ๆ จากปัจจัยการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงขึ้น และพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป ผู้คนเริ่มให้ความสำคัญกับการแต่งกายและการดูแลภาพลักษณ์ของตนเองมากขึ้น มีความต้องการเปลี่ยนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายใหม่อยู่บ่อยครั้งตามกระแสแฟชั่น ปัจจุบันจะเห็นว่าสินค้าแฟชั่นมีความถี่ในการออกตลาดหรือรูปทรงใหม่มามากขึ้น และไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลอย่างในอดีต นั่นจึงทำให้ตลาดสินค้าแฟชั่นเติบโตสูงขึ้นเป็นลำดับ (ฐานเศรษฐกิจออนไลน์, 28 กันยายน 2556)

กลุ่มเป้าหมายของตลาดสินค้าแฟชั่นในอดีต นักการตลาดจะให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย เนื่องจากผู้หญิงมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าแฟชั่นที่มากกว่าผู้ชาย แต่ในปัจจุบันผู้ชายเริ่มให้ความสำคัญกับ

รูปลักษณะภายนอกของตนเองไม่ต่างไปจากผู้หญิง ส่งผลให้ตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในช่วงที่ภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัวลง ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง สินค้าเครื่องแต่งกายชายที่ส่วนใหญ่มีช่องทางการจำหน่ายทางห้างสรรพสินค้า และคอมมูนิตี้มอลล์ จะได้รับกระทบจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจของประเทศ แต่ในขณะเดียวกันมีกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสวนทางกับเศรษฐกิจก็คือ กลุ่มธุรกิจ E-Commerce หรือการทำธุรกรรมซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2 กรกฎาคม 2556) โดยได้รับปัจจัยหนุนสำคัญจากการเปิดให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ 3G และ 4G เป็นตัวผลักดัน ทำให้คนไทยซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่าน แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น โดยตัวเลขการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นจาก 10% เป็น 13% (กรุงเทพธุรกิจ, 20 พฤษภาคม 2556) ทำให้เห็นได้ชัดว่าพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยเริ่มค้นหาและซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากสถานการณ์การตลาดออนไลน์สำหรับธุรกิจสินค้าแฟชั่นข้างต้น กระตุ้นความสนใจให้กับผู้วิจัยเกี่ยวกับประเด็นการดำเนินธุรกิจค้าขายสินค้าแฟชั่นสำหรับผู้ชายโดยเฉพาะ และมุ่งเน้นที่การจัดจำหน่ายแบบออนไลน์เป็นสำคัญ ทั้งนี้เป้าหมายสำคัญคือการศึกษหาโอกาสทางการตลาดในการขายสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ของไทย โดยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง พบว่า ประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์นั้นยังไม่มีปรากฏ มีเพียงการศึกษาของสุวิทย์ นันทวงศ์ (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่ได้เจาะจงประเภทของสินค้า หรือเจาะจงกลุ่มผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นเพศชาย นอกจากนี้ยังมีงานของวราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และจิรวุฒิ หลอมประโคน (2552) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ก็เป็นการศึกษาพฤติกรรมซื้อจากช่องทางการจำหน่ายที่เป็นหน้าร้านเพียงเท่านั้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษารื่อง "การศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ของไทย" เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดทำแผนการตลาด สร้างกลยุทธ์ และวางแผนการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจ และเพื่อให้ผู้ที่กำลังดำเนินธุรกิจนี้สามารถใช้ข้อมูลที่ได้นำมาเทียบเคียงเพื่อพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ของกลุ่มผู้ชายชาวไทย
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าเพศชายที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์
3. เพื่อศึกษาถึงความต้องการ ความคาดหวัง และความกังวลใจที่มีต่อเว็บไซต์ขายสินค้าแฟชั่นผู้ชาย
4. เพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาดและอุปสรรคในการทำตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์

คำถามการวิจัย

1. ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์มีลักษณะประชากรศาสตร์อย่างไร
2. ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์มีความต้องการซื้อสินค้าประเภทใด
3. ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์มีวัตถุประสงค์ในการซื้ออย่างไร
4. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจต่อลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์
5. ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์จะซื้อสินค้าในโอกาสใดบ้าง
6. ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ต้องการช่องทางการชำระเงินแบบใด
7. ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์มีความคาดหวังต่อเว็บไซต์นั้นอย่างไร
8. ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์มีความกังวลต่อการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์หรือไม่ และอย่างไร
9. ลักษณะของลูกค้ายกมีความแตกต่างกันตามประเภทของสินค้าแฟชั่นผู้ชายที่จำหน่ายบนเว็บไซต์หรือไม่ อย่างไร
10. โอกาสและอุปสรรคในการทำตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายเพื่อจำหน่ายบนเว็บไซต์มีอะไรบ้าง

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาด หมายถึง ขอบเขตของความต้องการ ศักยภาพ หรือความสนใจของผู้ซื้อ ที่ธุรกิจสามารถดำเนินงานให้ตอบสนองความต้องการและสามารถทำกำไรได้

สำหรับชนิดของโอกาสทางการตลาด ของการวิจัยครั้งนี้ อาศัยแนวคิดของ McCarthy ซึ่งชี้ให้เห็นถึงโอกาส 4 ทางด้วยกัน โดยมีความหมายโดยย่อ ดังนี้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2534, หน้า 62-65)

1. โอกาสอันเกิดจากการเจาะตลาด (Market Penetration) หมายถึง ความพยายามขององค์กรที่จะเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ในตลาดปัจจุบัน ซึ่งส่วนมากแล้วมักใช้วิธีการปรับส่วนผสมการตลาดให้เข้มข้นขึ้น หรือให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Aggressive Marketing Mix)
2. โอกาสอันเกิดจากการพัฒนาตลาด (Marketing Development) หมายถึง ความพยายามขององค์กรที่จะเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ในตลาดปัจจุบันเข้าสู่ตลาดแห่งใหม่ ซึ่งตามวิธีการดังกล่าวนี้จะกระทำโดยการโฆษณาหรือเสนอสินค้าเข้าไปยังลูกค้ายกกลุ่มใหม่ซึ่งไม่เคยเป็นลูกค้ายกมาก่อน หรืออีกวิธีการหนึ่งก็คือ การพัฒนาเข้าไปสู่ตลาดใหม่ในกลุ่มสถาบันที่ยังไม่เคยเป็นสมาชิกมาก่อน
3. โอกาสอันเกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) หมายถึง ความพยายามขององค์กรที่จะเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อสนองต่อตลาดปัจจุบัน
4. โอกาสอันเกิดจากการขยายชนิดผลิตภัณฑ์ (Diversification) หมายถึง ความพยายามขององค์กรที่จะใช้วิธีการเคลื่อนตัวไปยังธุรกิจในด้านใหม่ ซึ่งอาจจะเป็นธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ตลาด หรือการผลิตและการตลาดในปัจจุบันก็ได้

เมื่อมองเห็นโอกาสทางการตลาดแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการมองเข้าไปในตลาดเพื่อหากลุ่มลูกค้ายกที่เป็นตลาดเป้าหมายขององค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการ มีรสนิยมการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการเหมือน ๆ กัน ซึ่งสามารถพิจารณาแบ่งกลุ่มได้โดยอาศัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยทางด้านคุณประโยชน์ของสินค้าหรือบริการ

องค์กรอาจกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเลือกตลาดเป้าหมายได้ด้วย 3 วิธีการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (เพลินทิพย์ โกเมศโสภา, 2554)

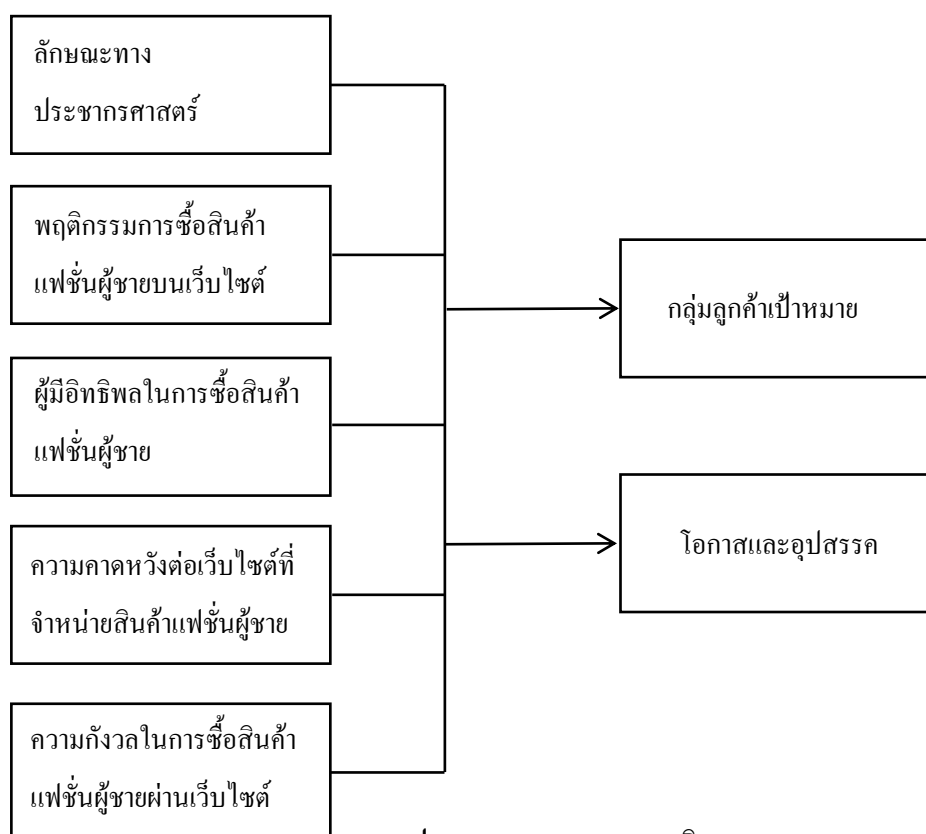
1. การตลาดที่ไม่แตกต่าง (Undifferentiated Marketing Strategy) คือ การมุ่งเป้าหมายไปยังชนกลุ่มใหญ่ในวงกว้างด้วยการเสนอสินค้าหรือบริการที่เหมือน ๆ กัน และสื่อสารด้วยโฆษณาและการส่งเสริมการขายอย่างเดียวกันแก่กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

2. กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกัน (Differentiated Marketing Strategy) กลยุทธ์นี้คือการเสนอสินค้าตั้งแต่หนึ่งอย่างขึ้นไปให้กับแต่ละกลุ่มลูกค้าซึ่งมีลักษณะประชากร รสนิยม อุปนิสัยที่แตกต่างกัน และสินค้าดังกล่าวมีความต่างกันอย่างชัดเจน ตัวอย่างกลยุทธ์นี้ ได้แก่ การเสนอสินค้าด้วยหลาย ๆ ชื่อในสินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งสะท้อนภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน

3. กลยุทธ์การตลาดมุ่งเฉพาะส่วน (Concentrated Marketing Strategy) คือ การที่กิจการได้เสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ ตั้งแต่หนึ่งอย่างขึ้นไป เพื่อตอบสนองตลาดเพียงส่วนเดียวเท่านั้น

โดยการเลือกกลยุทธ์ตลาดเป้าหมายแบบใดต้องพิจารณาจากปัจจัยในเรื่องของลักษณะกลุ่มลูกค้าว่ามีความเหมือนกันหรือต่างกันอย่างไร รวมทั้งลักษณะสินค้ามีความคล้ายคลึงกันอย่างไร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพกรอบแนวความคิด ปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น ผู้ชายบนเว็บไซต์ ผู้มีอิทธิพลในการซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชาย ความคาดหวังต่อเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นผู้ชาย และความกังวลในการซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายผ่านเว็บไซต์ แต่ละตัวนำไปสู่การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งโอกาสและอุปสรรคทางการตลาด เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์โอกาสในการทำตลาดสำหรับสินค้าแฟชั่นผู้ชายที่จำหน่ายผ่านเว็บไซต์

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างคือตัวแทนของผู้บริโภคเพศชายที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในเขตประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนนี้ได้จากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5 ซึ่งตัวอย่างที่ได้มานี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ตามสะดวก โดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กับสมาชิกบนเว็บไซต์ที่มีการสนทนาเกี่ยวกับแฟชั่นและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น Pantip.com หรือสมาชิกในร้านค้าออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ เช่น Facebook, Online shopping web page, Blog and Chat

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบสำรวจรายการ ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชาย โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบสำรวจรายการ ส่วนที่ 3 เป็นความคาดหวังต่อเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นผู้ชาย โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบจัดอันดับ และส่วนที่ 4 เป็นความกังวลในการซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายผ่านทางเว็บไซต์ โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบสำรวจรายการ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยนำมาประมวลผลกับเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อสังเคราะห์ข้อมูลของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา แสดงตารางจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และใช้สถิติไค-สแควร์ (chi-square) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อตอบคำถามการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลของข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัย พบว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ เป็นกลุ่มที่มีอายุ 15 - 24 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความต้องการซื้อสินค้าประเภทเสื้อยืด กางเกงยีนส์ รองเท้าผ้าใบ กระเป๋าสะพายข้าง และเครื่องประดับ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าแฟชั่นบนเว็บไซต์ เนื่องจาก เว็บไซต์มีสินค้าที่ไม่สามารถหาได้ตามหน้าร้านทั่วไป ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นว่าตัวของผู้บริโภคเองเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเองมากกว่าผู้มีอิทธิพลอื่น ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะมีโอกาสซื้อสินค้าเมื่อมีสินค้าลดราคา ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องการช่องทางการชำระเงินแบบ โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร / ATM / Online Banking ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความคาดหวังต่อเว็บไซต์ อันดับที่ 1 เรื่องคุณภาพของสินค้า อันดับที่ 2 เรื่องความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ อันดับที่ 3 เรื่องความหลากหลายของสินค้า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่สนใจซื้อ

สินค้าแฟชั่นผู้ชายบนอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความกังวลใจ และมีความกังวลใจที่สำคัญที่สุด คือ ไม่เห็นสินค้าของจริง ลูกค้านักชื้อเป้าหมายที่ซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และประเภทของสินค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีอายุ 15 - 24 ปี ซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายประเภทเสื้อยืด ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด ซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายประเภทเสื้อยืด ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายประเภทรองเท้าผ้าใบ ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายประเภทเสื้อยืด ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายประเภทเสื้อยืด

จากการศึกษาโอกาสในการทำตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายเพื่อจำหน่ายบนเว็บไซต์ พบว่า มีโอกาสในการเจาะตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายที่เคยซื้อหรือสนใจซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุ 15 - 44 ปี ปัจจัยด้านความคาดหวังต่อเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่น อันดับที่ 1 คือ คุณภาพของสินค้า อันดับที่ 2 คือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และอันดับที่ 3 คือ ความหลากหลายของสินค้า เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า และปรับปรุงธุรกิจเพื่อเจาะตลาด ในการพัฒนาตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ไม่เคยซื้อและไม่สนใจซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ สามารถใช้ปัจจัยด้านความคาดหวังต่อเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่น อันดับที่ 1 คือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ อันดับที่ 2 คือ คุณภาพของสินค้า และอันดับที่ 3 คือ การแสดงภาพและรายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจน

จากการศึกษาอุปสรรคในการทำตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายเพื่อจำหน่ายบนเว็บไซต์ พบว่า อุปสรรคทางการตลาดคือลูกค้านักชื้อเป้าหมายที่ไม่เคยซื้อ และไม่สนใจซื้อ สินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ความกังวลใจของกลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ แต่ปัจจุบันไม่ซื้อแล้ว เป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่มีความกังวลใจในเรื่องไม่มั่นใจว่าสินค้าจะเหมาะกับตนเอง เพราะไม่สามารถทดลองสวมใส่ก่อนได้ ส่วนความกังวลใจของกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยซื้อและไม่สนใจซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ ส่วนใหญ่มีความกังวลใจในเรื่องไม่เห็นสินค้าของจริง

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่เคยซื้อหรือสนใจซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ มีช่วงอายุ 15 - 24 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และมีช่วงอายุ 25 - 44 เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง ส่วนใหญ่ชื่นชอบสไตล์การแต่งกายในแบบลำลอง สนใจซื้อสินค้าประเภทเสื้อมากที่สุด กลุ่มเป้าหมายมีความคาดหวังต่อเว็บไซต์ อันดับที่ 1 คือ คุณภาพของสินค้า อันดับที่ 2 คือ มีความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ อันดับที่ 3 คือ ความหลากหลายของสินค้า ส่วนใหญ่มีความกังวลใจในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์ และมีความกังวลใจที่สำคัญที่สุด คือ การไม่ได้เห็นสินค้าของจริง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและอ้างอิงไว้ในสมมุติฐานแล้ว ได้แก่ วราภรณ์ ลิ้มปรมวัฒนา และจิรวดี หลอมประโคน (2552), ณัฐนันท์ มิมะพันธุ์ (2556) และวีราภรณ์ สิริพานิชพงศ์ (2546) โดยสามารถอภิปรายได้ว่า โอกาสในการเจาะตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นกลุ่มผู้บริโภคเพศชายที่มีอายุ 15 - 44 ปี ตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์มีโอกาสดิบโตสูง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์และปัจจุบันยังซื้ออยู่มีจำนวนร้อยละ 52.3 และกลุ่มที่ไม่เคยซื้อ แต่สนใจจะซื้อจะมีจำนวนร้อยละ 16.5 โอกาสจากความคาดหวังต่อเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่น คือ คุณภาพของสินค้า ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ความหลากหลายของสินค้า

สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงธุรกิจเพื่อเจาะตลาดและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น โอกาสในการพัฒนาตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ไม่เคยซื้อและไม่สนใจซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์มาก่อน โดยสามารถใช้ปัจจัยด้านความคาดหวังต่อเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่น คือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ คุณภาพของสินค้า การแสดงภาพและรายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจน เป็นโอกาสในการปรับปรุงธุรกิจเพื่อพัฒนาตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ อุปสรรคทางการตลาดคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ไม่เคยซื้อ และไม่สนใจซื้อ สินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นกลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อุปสรรคทางด้านลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ แต่ปัจจุบันไม่ซื้อแล้ว พบว่า เป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่มีความกังวลในเรื่องไม่มั่นใจว่าสินค้าจะเหมาะกับตนเอง เพราะไม่สามารถทดลองสวมใส่ก่อนได้ ส่วนอุปสรรคทางด้านลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ไม่เคยซื้อ และไม่สนใจซื้อ สินค้าแฟชั่นผู้ชายบนเว็บไซต์ เป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่มีความกังวลในเรื่อง ไม่เห็นสินค้าของจริง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลจากการศึกษาโอกาสทางการตลาดสินค้าแฟชั่นผู้ชายเพื่อจำหน่ายบนเว็บไซต์ของไทยสามารถนำผลไปประยุกต์ใช้กับผู้ที่มีความสนใจในการประกอบธุรกิจตลาดออนไลน์เพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นการทำการตลาดในกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีอายุ 15 - 24 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เน้นการทำการตลาดในกลุ่มเสื้อผ้าสไลด์ลาลอง โดยลูกค้าส่วนใหญ่สนใจซื้อเสื้อยืด กางเกงยีนส์ รองเท้าผ้าใบ กระเป๋า สะพายข้าง และเครื่องประดับ อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางที่ดีที่สุดในการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์หรือสร้างแรงบันดาลใจในการแต่งกายให้กับลูกค้า เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าแฟชั่นเพิ่มขึ้นในด้านเว็บไซต์ ควรเน้นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าของเว็บไซต์ที่ชัดเจน สร้างความมั่นใจในระบบความปลอดภัยในการสั่งซื้อและชำระเงิน รวมถึงการให้รายละเอียดข้อมูลสินค้าชัดเจน ในด้านสินค้าที่จำหน่าย ต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย เป็นสินค้าที่หายากไม่สามารถหาซื้อได้ตามหน้าร้านทั่วไป หรือเป็นสินค้าที่มีราคาถูกกว่าในท้องตลาด ลูกค้าโอกาสที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางเว็บไซต์เมื่อมีสินค้าลดราคา ดังนั้นควรจัดทำโปรโมชั่นลดราคาตามฤดูกาลเพื่อกระตุ้นยอดขายให้กับสินค้ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเองมากกว่าผู้มีอิทธิพลอื่น ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องเป็นผู้กำหนดเทรน โดยนำเสนอแฟชั่นที่หลากหลาย เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการแต่งกายให้กับลูกค้า และสร้างโอกาสในการซื้อสินค้าในที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของคู่แข่งเปรียบเทียบ เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของธุรกิจสินค้าแฟชั่นผู้ชายที่จำหน่ายบนเว็บไซต์ ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ห่วงโซ่อุปทาน ประกอบการตัดสินใจก่อนการลงทุนอุปทาน เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นควรได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพื่อให้ข้อมูลมีความทันสมัยตามการเปลี่ยนแปลงของเวลา

เอกสารอ้างอิง

กมลรัตน์ จิราชัยรัตน์. 2548. “พฤติกรรมของวัยรุ่นในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กรุงเทพธุรกิจ. 2556. “3จี หนุนช้อปออนไลน์เพิ่ม-ธุรกิจปรับทัพบริหารรับแข่งคู่แข่ง.” เข้าถึงได้จาก:

<http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/it/it/20130520/506471/3จี-หนุนช้อปออนไลน์เพิ่ม-ธุรกิจปรับทัพบริหารรับแข่งคู่แข่ง.html> [2556, 20 พฤษภาคม].

ฐานเศรษฐกิจ. 2556. “กระแสฟาสต์แฟชั่นบุกอาเซียน คาดปี’56 ดันยอดขายนำเข้าเสื้อผ้าพุ่ง45%.” เข้าถึงได้จาก:

http://www.thannews.th.com/index.php?option=com_content&view=article&id=200807:-5645&catid=176:2009-06-25-09-26-02&Itemid=524#U-EMXPI_tqU [2556, 28 กันยายน].

ณัฐนันท์ มิยะพันธุ์. 2556. ทักษะคิดและพฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ธงชัย สันติวงษ์. 2534. การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

เพลินทิพย์ โภเมศโสภาก. 2554. การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรารักษ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และจิรวิทย์ หลอมประ โคน. 2552. พฤติกรรมในการซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้ขายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

วีราภรณ์ สิริพานิชพงศ์. 2546. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุวลักษณ์ นันทวงศ์. 2545. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ASTV ผู้จัดการ. 2556. “จุดไม่อยู่! E-Commerce ปี 56 มูลค่าทะลุ 1.3 แสนล้าน.” เข้าถึงได้จาก:

<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9560000080311> [2556, 2 กรกฎาคม].

ENGEL, J. F., et al., 1968. **Consumer Behavior**. New York: Holt, Rinehart and Winston.

พฤติกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการจัดประชุมสัมมนา

โรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

BEHAVIORS THAT AFFECT THAI CUSTOMERS' SATISFACTIONS

IN THE USE OF MEETING AND SEMINAR SERVICES WITHIN

THE MAJOR HOTELS IN KHON KAEN.

ชานนท์ ทิริมพงศ์

นิสิตสาขาการตลาด คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail : chanon3003@hotmail.com

ลำสัน เลิศกุลประหยัด

อาจารย์ ดร. คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail : llertkulprayad@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ จากการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่มี จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย ช่วงเวลาที่ใช้บริการประชุมสัมมนา และโอกาสในอนาคตที่จะกลับมาใช้บริการประชุมสัมมนา ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน ต่างกัน ข้อเสนอแนะคือ การให้ความสำคัญกับ การที่จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางด้านการจัดประชุมสัมมนาในการพัฒนาปรับปรุงระบบโรงแรม และ แผนกฝ่ายขายและการตลาดในการติดต่อประสานกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และความเกิดความประทับใจขึ้นมากในการใช้บริการ ทำให้ลูกค้าอยากที่จะกลับมาใช้บริการโรงแรมในด้านการจัดประชุมสัมมนาอีกครั้ง

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ โรงแรม ประชุม สัมมนา

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the Thai clients who use the meeting and seminar services within the major hotels in Khon Kaen. Regarding the five quality service dimensions as follows: reliability, assurance, tangibles, empathy and responsiveness. The Analysis assumes according to according to a number of participants approximately each time of using the meeting and seminar services and the possibility of using the

meeting and seminar services in the future, the Thai clients' satisfaction was different at a statistically significant level of 0.05, in total and each aspect. Regarding to the should place importance on the city's roles, as Khon Kaen is the center of the meeting and seminar events as well as improving the hotel's systems. Furthermore, sales and marketing departments should contact and connect to the clients, in order to satisfy and impress the clients. This might attract the clients to return to use the meeting and seminar services from the hotels once more.

KEYWORDS : Satisfactions, Hotel, Meeting, Seminar

บทนำ

เนื่องจากการบริการ คือ หัวใจหลักสำคัญของธุรกิจโรงแรมและศูนย์การประชุมสัมมนาเพราะเป็นธุรกิจที่ขายบริการในแต่ละวันจะมีลูกค้าเข้ามาติดต่อใช้บริการ พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติงานต้องทำหน้าที่ต้อนรับผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการ ฉะนั้นการให้บริการที่ดีกับลูกค้าจึงก่อให้เกิดความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการกิจการนั้น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องสร้างความประทับใจให้ผู้มาใช้บริการต้องการที่จะกลับมาใช้บริการอีก การที่ทางโรงแรมมีปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการมากและบ่อยครั้งขึ้นเท่าใดผลกำไรที่ได้รับก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น หน่วยงานหรือผู้ดำเนินกิจการ โรงแรม หรือ ที่มีการจัดบริการในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งศูนย์ประชุมสัมมนา ที่มีบริการด้านที่พัก ด้านบริการอาหารและเครื่องดื่ม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการประชุม จะต้องมีการจัดการที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นหนทางที่สามารถสร้างความแตกต่างไปจากคู่แข่งหรือหน่วยงานที่ให้บริการในลักษณะเดียวกันเพื่อเพิ่มปริมาณและคุณค่าของการบริการ จะต้องทำการบริหารคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องและตอบสนองลูกค้าหรือผู้รับบริการให้เกิด ความพึงพอใจสูงสุด (ชัยญา แซ่หุุ่น. 2542 : 15)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจและต้องการที่จะทราบพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษาวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม และเครื่องมือในการวิจัยต่างๆที่ทำให้ทราบถึงความต้องการที่ถูกต้องและชัดเจนแล้วนั้น มาประยุกต์ ปรับปรุงใช้ในการพัฒนาระบบการบริหาร งานโรงแรมทางด้านการบริการด้านการจัดประชุมสัมมนา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวไทยซึ่งเป็นลูกค้าหลักให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจและพฤติกรรมแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ อันจะนำซึ่งความจงรักภักดีต่อบริการของโรงแรมต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าชาวไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าชาวไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการจัดประชุมสัมมนาในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของ

ผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ของผู้ให้บริการประชุมสัมมนา โรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

3. เพื่อศึกษาปัญหาของการให้บริการการจัดประชุมสัมมนาของโรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

4. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงานและแนวทางการพัฒนาบริหารจัดการของผู้บริหารและผู้จัดการโรงแรมเกี่ยวกับการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้จัดงานในความคิดเห็นด้านการจัดประชุมสัมมนา โรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ายชาวไทย กลุ่มการประชุมสัมมนา โดยผู้วิจัยขอกำหนดความผิดพลาดในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 0.05 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อเป็นตัวแทนของประชากร ในช่วงเดือน เมษายน – มิถุนายน 2557 มุ่งศึกษาทั้งหมด 4 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิด, โรงแรมเจริญธานี ขอนแก่น, โรงแรมโมยะ, โรงแรมราชวดี รีสอร์ท แอนด์ โฮเทล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน โดย ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายปิด (Closed – end Questionnaire) ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของลูกค้ายชาวไทย เป็นแบบสอบถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Check List) ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้ายชาวไทย ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน โดยรูปแบบคำถามแบบ (Likert Scale) ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ (Comments & Suggestions) แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) มี 1 คำถาม

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ค่าความถี่และร้อยละเพื่ออธิบายลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร โดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยวิเคราะห์ค่า t-test และ One – Way Analysis of Variance

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงแรมขนาดใหญ่ จำนวน 8 คน และผู้จัดงานด้านประชุมสัมมนา จำนวน 4 คน โดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 คน ทั้งหมด 4 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิด, โรงแรมเจริญธานี ขอนแก่น, โรงแรมโมยะ, โรงแรมราชวดี รีสอร์ท แอนด์ โฮเทล ในช่วงเดือน เมษายน – มิถุนายน 2557 ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Semi – structured interview) ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ตายตัว จึงสามารถปรับเปลี่ยนความยืดหยุ่นเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีทั้งหมด 2 ชุด ประกอบด้วย 1.แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงแรมขนาดใหญ่ 2.แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้จัดงานด้านบริการประชุมสัมมนา

สรุปผลการวิจัย

วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ 1.เพศ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.0 2.อายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 3.ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.5 4.อาชีพ ส่วนใหญ่ มีอาชีพ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 52.3 5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.5 6.สถานภาพ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 51.5

ในด้านพฤติกรรมในการใช้บริการ 1.วัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการ ผูกอบรม คิดเป็นร้อยละ 49.8 2.จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ส่วนใหญ่ เฉลี่ย 51 – 100 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 3.จำนวนผู้ที่มาเข้าร่วมประชุมสัมมนากับท่าน ส่วนใหญ่ มากกว่า 5 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.3 4.การเข้าห้องประชุมสัมมนาท่านมากับใคร ส่วนใหญ่ มากับเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 82.3 5.ความถี่ในการมาใช้บริการประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่ 1 ครั้ง / ปี คิดเป็นร้อยละ 38.3 6.ระยะเวลาในการใช้บริการประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลา มากกว่า 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.3 7.ช่วงเวลาที่มาใช้บริการประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลา 8.00 - 17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 75.8 8.บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่ เป็นบริษัทหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 60.3 9.โอกาสในอนาคตที่จะกลับมาใช้บริการประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่ กลับมา คิดเป็นร้อยละ 73.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ 3.98 และอันดับต่ำที่สุดคือ คือ ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ 3.86 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ (ภาพรวมแยกแต่ละด้าน)

ความพึงพอใจของของลูกค้าชาวไทย ที่ใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.รวมด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ	3.86	0.587	มาก
2.รวมด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.98	0.563	มาก
3.รวมด้านสภาพแวดล้อม	3.89	0.580	มาก
4.รวมด้านความใส่ใจ	3.91	0.540	มาก
5.รวมด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ	3.93	0.598	มาก
ความพึงพอใจของของลูกค้าชาวไทยโดยรวม	3.91	0.507	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระด้านลักษณะประชากรศาสตร์ กับความพึงพอใจของลูกค้ายชาวไทย ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน สรุปว่า ด้านอายุ ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจของลูกค้ายชาวไทย ที่ใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ ต่างกัน และปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจของลูกค้ายชาวไทย ที่ใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ ไม่ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระด้านพฤติกรรมของลูกค้ายชาวไทย กับความพึงพอใจของลูกค้ายชาวไทย ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน สรุปว่า จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยระยะเวลาในการใช้บริการประชุมสัมมนา ช่วงเวลาที่มาใช้บริการประชุมสัมมนา บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการประชุมสัมมนา โอกาสในอนาคตที่จะกลับมาใช้บริการประชุมสัมมนา ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจของลูกค้ายชาวไทย ที่ใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ ต่างกัน และวัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการ จำนวนผู้ที่มาเข้าร่วมประชุมสัมมนากับท่าน การเข้าห้องประชุมสัมมนาท่านมากับใคร ความถี่ในการมาใช้บริการประชุมสัมมนา ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจของลูกค้ายชาวไทย ที่ใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ ไม่ต่างกัน

วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ของผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงแรม พบว่า

1. กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรม ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เปอร์เซ็นต์ เป็นกลุ่มลูกค้าจากหน่วยงานข้าราชการกับรัฐวิสาหกิจ และร้อยละ 20 เปอร์เซ็นต์เป็นของกลุ่มลูกค้าจากหน่วยงานเอกชน
2. การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆในการจัดกิจกรรมด้านการจัดประชุมสัมมนาโรงแรม โดยลูกค้าในทุกโรงแรม จะใช้แผนก Sales and Marketing มีหน้าที่ในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าและทำการส่งเสริมการขายในเรื่องของการจัดประชุมสัมมนาเป็นหลัก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ออกนอกระบบตามงานต่างๆและการออกไปพบลูกค้าตามหน่วยงานในขอนแก่นหรือจังหวัดต่างๆในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและกรุงเทพมหานคร
3. การวางแผนพัฒนาการดำเนินงานการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมในอนาคตโดยโรงแรมจะต้องปรับปรุง พัฒนา เพื่อให้มีความทันสมัยเพิ่มขึ้น ทุกปี อยู่ตลอดเวลา อย่างเช่น การพัฒนานวัตกรรมของโรงแรม, การลงทุนอุปกรณ์เทคโนโลยี, แสงสีเสียง, วัสดุผิวและคุณภาพของอาหารเครื่องดื่ม, การจัดคอฟฟี่เบรกรูปแบบใหม่, สภาพแวดล้อมของโรงแรมและห้องประชุมสัมมนา, ห้องพัก, การขยายกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา, ความปลอดภัย, ความสะอาดและที่จอดรถ เป็นต้นและจังหวัดขอนแก่นได้ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ทีเส็บ (TCEB) หรือ สสปน.ให้จังหวัดขอนแก่นได้เป็นเมืองศูนย์กลาง MICE City เมืองในการจัดประชุมนานาชาติและนิทรรศการ ทำให้โรงแรมในจังหวัดขอนแก่นจะต้องมีความพร้อมและรับมือในด้านของการจัดประชุมนานาชาติและนิทรรศการในอนาคตได้
4. โรงแรมต้องมีการตอบสนองความต้องการลูกค้าให้มากที่สุด ทั้งลูกค้าซึ่งเป็นผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา ไม่ควรปฏิเสธกับลูกค้า ลูกค้าว่ายังโรงแรมก็ต้องตอบรับทันที ถึงแม้ว่าโรงแรมจะไม่สามารถทำได้ตามที่ตกลงกันไว้กับลูกค้าหรือผู้จัดงาน อย่างน้อยก็ควรที่จะหาสิ่งทดแทนกันได้เพื่อที่จะให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุด เพราะผู้จัดงานตัดสินใจที่เลือกโรงแรมไปแล้ว เขายอมจ่ายเงินเพื่อจะได้สิ่งที่ลูกค้าหรือ

ผู้จัดงานต้องการและคาดหวังไว้ โรงแรมก็ต้องสร้างมาตรฐานไว้เพื่อสร้างศักยภาพให้มีประสิทธิภาพในการจัดประชุมสัมมนาให้มากยิ่งขึ้น เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ของผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงแรม พบว่า โดยส่วนใหญ่ให้ความเห็นตรงกันว่า ผู้จัดงานและผู้ให้บริการจัดประชุมสัมมนา เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการมาใช้บริการจัดประชุมสัมมนา ซึ่งพฤติกรรมของผู้จัดงานและผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ของผู้จัดงานโรงแรม จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย ด้วยระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน พบว่า

1. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการ พบว่า มีความถูกต้องครบถ้วนของบริการโดยรวมดี แต่อาจจะมีปัญหาบ้างเพียงเล็กน้อย ส่วนมากจะเป็นปัญหาระหว่างผู้จัดงานกับผู้เข้าร่วมประชุมเป็นส่วนใหญ่ ถ้าปัญหาระหว่างโรงแรมกับผู้จัดงานจะน้อย เพราะมีการพูดคุยตกลงกันอย่างชัดเจนอยู่แล้ว โรงแรมมีการเตรียมพร้อมล่วงหน้าจัดการให้เรียบร้อยทุกครั้ง

2. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก แต่เบื้องต้นผู้จัดงานจะต้องติดต่อกับเซลล์เป็นส่วนใหญ่ อีกอย่างโรงแรมแต่ละโรงแรมมีมาตรฐาน มีชื่อเสียงอยู่แล้ว ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการก็ไม่มีปัญหา ที่สำคัญอีกเรื่องในเรื่องทรัพย์สินและความปลอดภัย ผู้จัดงานสามารถที่จะฝากของให้กับทางโรงแรมได้ เช่น ฝากป้าย บอร์ด ซึ่งการันตีได้เลยว่าของไม่หาย

3. ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า โรงแรมพูลแมนขอนแก่น ราชออคิดและโรงแรมราชวดี รีสอร์ท & โฮเทล มีสภาพแวดล้อมในโรงแรมโดยรวมดีมาก บรรยากาศค่อนข้างดี โถงโปร่ง มีการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงาม ร่มรื่นมีต้นไม้มีพื้นที่สีเขียว มีสวนหย่อม ทำให้มีความโดดเด่นในการจัดประชุมสัมมนาที่นี้เป็นอย่างมาก แต่โรงแรมโฆษะและโรงแรมเจริญธานี มีบรรยากาศสภาพแวดล้อมในโรงแรมโดยรวมดี แต่การตกแต่งและความสวยงามของสถานที่ไม่โดดเด่นมาก ไม่สวยงาม หรูหรามาก ไม่โถงโปร่ง ไม่มีต้นไม้ที่ทำให้ร่มรื่นจึงขาดพื้นที่สีเขียว แต่จะเน้นในเรื่องของการบริการให้มีคุณภาพแทน

4. ด้านความใส่ใจ พบว่า ผู้ให้บริการโรงแรมให้ความสำคัญกับการจัดงานประชุมเป็นอย่างมากทั้งแผนกเซลล์และอื่นๆ เพราะโรงแรมต้องให้ความสำคัญอยู่แล้วในเรื่องนี้ ผู้จัดงานทุกคนมีความคิดเห็นตรงกันว่า แผนกฝ่ายขายและการตลาด เป็นแผนกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการติดต่อประสานงาน ในการจัดประชุมสัมมนา เพราะแผนกเซลล์ เป็นตัวกลางทุกอย่างในการประสานงานกับแผนกอื่นๆทุกแผนก จึงต้องให้แผนกเซลล์เป็นตัวกลางไปพูดคุยตกลงกันกับแผนกอื่น แต่ถ้าเซลล์ไม่สามารถตกลงกับแผนกอื่นได้ เซลล์ก็ต้องกลับไปพูดคุยกับผู้จัดงานใหม่ให้ชัดเจนให้เข้าใจ

5. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ พบว่า โรงแรมมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือทุกอย่างในการให้บริการประชุมสัมมนา ถึงแม้ว่าภาพรวมในการจัดประชุมสัมมนา จะมีความเรียบร้อย ลุล่วงไปด้วยดี แต่ก็ยังมีบางเป็นบางครั้งที่มีเหตุการณ์ฉุกเฉินขึ้นมาหรือเหตุสุดวิสัย ที่ไม่ได้มีการเตรียมพร้อม ซึ่งทั้งผู้จัดงานเองกับทางโรงแรม ก็มีความพร้อมที่จะรับมือกับสิ่งต่างๆที่จะเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ของผู้จัดงานโรงแรม โดยเฉพาะมิติคุณภาพการบริการ ด้านความใส่ใจ ซึ่งแผนก Sale and Marketing หรือแผนกฝ่ายขายและ

การตลาดเป็นแผนที่สำคัญอย่างยิ่งในการติดต่อประสานในการจัดประชุมสัมมนา การให้บริการ ราคา การจัดอาหารและเครื่องดื่ม เทคโนโลยีและอุปกรณ์ การเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกและอื่นๆ ซึ่งพฤติกรรมของเซลล์มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการจัดประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นมากที่สุด

อภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่า อายุ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทย ในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยส่วนใหญ่อายุที่มารับบริการประชุมสัมมนา มีอายุมากกว่า 30-40 ปี จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการประชุมสัมมนา ซึ่งสอดคล้องกับ นฤมล บัวจันทร์ (2551) พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการศึกษา พบว่า จำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุมสัมมนาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทย ในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยส่วนใหญ่จำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุมสัมมนาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 51 - 100 คน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ด้านการเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) เช่น ลูกค้าจะเลือกที่จะจองห้องประชุมสัมมนาก็ห้อง ขนาดของห้อง จำนวนแขกที่จะมาประชุม

จากการศึกษา พบว่า ระยะเวลาในการใช้บริการประชุมสัมมนา มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทย ในด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการและความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยส่วนใหญ่ระยะเวลาในการใช้บริการประชุมสัมมนาในครั้งนี้ มากกว่า 2 วันขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับ นันทรัตน์ ชัยแก้ว, ธาณิย์ ธรรมเกษตร, ชุมพล พิษพันธ์ไพศาล. (2550) พบว่า ระยะเวลาการประชุมของสัมมนา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุมต่อการให้บริการการจัดประชุมของสมาคมนางปะกง ปาร์ค มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ช่วงเวลาที่มารับบริการประชุมสัมมนา มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทย ในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่มารับบริการประชุมสัมมนาโรงแรมในครั้งนี้ เวลา 8.00 – 17.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องของทฤษฎี ผล ขวัญชัย (2553 : 7-12) เรื่ององค์ประกอบของการสัมมนา ด้านกำหนดการสัมมนา นับว่าเป็นเรื่องที่ทำเป็นประจำหนึ่ง ที่ผู้จัดสัมมนาควรจะต้องมีการวางแผนกำหนด และจัดทำเพราะจะทำให้ทราบช่วงเวลาของการดำเนินการแต่ละรายการของการสัมมนา ซึ่งกำหนดการสัมมนาควรระบุสิ่งต่อไปนี้ 1.ชื่อกลุ่มสาขาวิชา กลุ่มบุคคลผู้ดำเนินการ หรือผู้รับผิดชอบจัดสัมมนา 2.ชื่อเรื่องสัมมนา 3.วัน เดือน ปี ที่จัดสัมมนา 4.สถานที่จัดสัมมนา จากข้อมูลกำหนดการสัมมนา จะช่วยให้ผู้ที่เข้าร่วมการสัมมนา หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้เตรียมตัว สำหรับการสัมมนาไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแนวความคิดที่ต้องการจะได้จากการสัมมนาการเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้อง การเตรียมการวางแผนในการจัดเวลา สำหรับการไปร่วมสัมมนาและการเดินทาง

จากการศึกษา พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการประชุมสัมมนา มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทย ในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการห้องประชุมสัมมนา คือบริษัทหรือที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้นจะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวกับครอบครัว และสถาบันต่างๆ โดยสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกัน มีพฤติกรรมที่เชื่อที่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) กล่าวว่า เป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลต่างๆ ได้แก่ อายุ อาชีพ ฐานะ รายได้ หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา ทัศนคติ แบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ แนวคิดส่วนบุคคล

จากการศึกษา พบว่า โอกาสในอนาคตที่จะกลับมาใช้บริการประชุมสัมมนา มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทย ในด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความใส่ใจ และด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ โดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะกลับมาใช้ห้องประชุมสัมมนาอีกเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับ อนุวัตร บรรณารักษ์สกุล (2553 : 1-2) เรื่อง การวัดระดับคุณภาพการบริการ ได้กล่าวว่า ผู้รับบริการคือผู้ซื้อจะระดับความสามารถและคุณภาพขององค์กร องค์กรจึงต้องประเมินปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ความภักดี การบอกต่อในเชิงบวก และการเติบโตขององค์กรในที่สุด ความเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการในปัจจุบันและการคาดการณ์ความต้องการในอนาคตตลอดจนศักยภาพของตลาด จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทุกๆ องค์กรที่ใส่ใจในการพัฒนาคุณภาพ จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมด้านจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมด้านประชุมสัมมนา โดยลูกค้าส่วนใหญ่ มีจำนวน 51 – 100 คน ซึ่งถ้าลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก อาจจะทำให้ได้รับการบริการที่ไม่ทั่วถึง บริการช้าลง ทำให้ลูกค้าไม่พอใจได้ ดังนั้นทางโรงแรมกับผู้จัดงานควรให้ความสำคัญตรงนี้ มีการวางแผนล่วงหน้า ในการจัดประชุมสัมมนาให้ชัดเจน ถ้ามีลูกค้าจำนวนมาก ควรมีการรับมือ อย่างเช่น การลงทะเบียน การเข้าห้องประชุมสัมมนา อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์และเทคโนโลยี ห้องพัก และสถานที่จอดรถ เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกและได้รับการบริการที่ทั่วถึงรวดเร็วด้วย

2. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการใช้บริการประชุมสัมมนา มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมด้านประชุมสัมมนา โดยลูกค้าส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาในการบริการประชุมสัมมนาอย่างน้อย 2 วันขึ้นไป ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของงานเป็นหลัก แต่ลูกค้าส่วนมากจะไม่ชอบระยะเวลาหลายวัน เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความเบื่อจากการประชุมมาหลายวันได้ ทำให้ลูกค้าโคตการประชุม ไม่กลับเข้าห้องประชุมอีก ซึ่งทางโรงแรมกับผู้จัดงานไม่สามารถบังคับได้ ดังนั้น โรงแรมควรจะให้สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการให้กับลูกค้ามากขึ้น มีการประสานงานกับผู้จัดงาน เช่น การนำสินค้าออกมาจำหน่ายหน้าห้องประชุมสัมมนา หรือจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเวลาพักเบรก เพื่อที่จะให้ลูกค้าเกิดความเพลิดเพลิน ไม่เบื่อหน่าย และจะทำให้อยู่งานประชุมต่อจนถึงงานประชุมเลิก

3. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมด้านช่วงเวลาที่มาใช้บริการประชุมสัมมนา มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมด้านประชุมสัมมนา โดยลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการ เวลา 8.00 – 17.00 น. ดังนั้น โรงแรมกับผู้จัดการควรให้ความสำคัญในเรื่องการวางแผนและการเตรียมพร้อมก่อนงานเริ่ม ระหว่างงาน และหลังเลิกงาน ให้ชัดเจน โดยผู้จัดการจะต้องแจ้งให้กับลูกค้าที่จะมาใช้บริการ เช่น กำหนดการ ช่วงเวลาเบรก ช่วงเวลารับประทานอาหาร ช่วงเวลาเลิกประชุม และ ทางโรงแรมควรกำหนดเวลาให้ชัดเจนให้กับพนักงานโรงแรมในการให้บริการกับลูกค้าเช่น เวลาการจัดโต๊ะเก้าอี้ เวลาการเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม เวลาการเตรียมอุปกรณ์และเทคโนโลยี ควรจัดก่อนทุกครั้ง เพื่อให้มีความพร้อมในการให้บริการ โดยจะช่วยให้มีประสิทธิภาพในการบริหารการจัดการด้านเวลามากยิ่งขึ้นด้วย

4. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการประชุมสัมมนา มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมด้านประชุมสัมมนา โดยลูกค้าส่วนใหญ่ การตัดสินใจขึ้นอยู่กับบริษัทหรือที่ทำงาน ดังนั้น การตัดสินใจก็มีส่วนสำคัญในการใช้บริการประชุมสัมมนาเพราะลูกค้ามีความคาดหวังในการมาใช้บริการประชุมสัมมนาในครั้งนี้ โดยโรงแรมต้องมีความเตรียมพร้อมในด้านการให้บริการประชุมสัมมนาโดยรวม อยู่ตลอดเวลา มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ไม่ขาดตกบกพร่อง ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการใช้บริการในครั้งนี้อีกด้วย

5. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมด้านโอกาสในอนาคตที่จะกลับมาใช้บริการประชุมสัมมนา โดยมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมด้านประชุมสัมมนา โดยลูกค้าส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งทางโรงแรมควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการให้บริการประชุมสัมมนา ควรจะต้องพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อย่างเช่น ห้องประชุมสัมมนา ห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์และเทคโนโลยี พนักงาน อื่นๆ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ถ้าลูกค้าได้รับบริการแล้วเกิดความประทับใจ ก็จะมีแนวโน้มจะกลับมาใช้บริการประชุมสัมมนาอีกในอนาคต

6. จากการศึกษาข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์แบบสอบถาม ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงแรมให้ความสำคัญ ในเรื่องการพัฒนาจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางของภาคอีสาน สิ่งที่ต้องการเสนอแนะคือ ผู้ประกอบการโรงแรมหรือผู้ที่ต้องการจะเข้ามาทำธุรกิจโรงแรมในด้านการจัดประชุมสัมมนา ควรให้ความสำคัญกับห้องประชุมสัมมนา อาหารและเครื่องดื่ม ห้องพัก อุปกรณ์และเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมภายในโรงแรม เพื่อให้โรงแรมมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และสิ่งสำคัญอย่างยิ่งก็คือพนักงานหรือผู้ให้บริการควรมีทักษะและความสามารถในการให้บริการให้กับลูกค้า เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการมากขึ้น

7. จากการศึกษาข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์แบบสอบถาม ผู้จัดการโรงแรมให้ความสำคัญในเรื่องของ แผนก Sale and Marketing สิ่งที่ผู้จัดการต้องการเสนอแนะคือ ควรให้ความสำคัญกับแผนกเซลล์ โดยมีการพัฒนาบุคลากร การส่งเสริมทางการตลาด การประสานงานกับลูกค้าให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นแผนกในการติดต่อประสานงานทุกอย่างและทุกแผนก เพื่อที่จะได้มีงานประชุมสัมมนาเกิดขึ้นมา เนื่องจากผู้จัดการส่วนใหญ่จะขอความช่วยเหลือจากแผนกเซลล์ในการต้องการรูปแบบต่างๆ ในการจัดงานประชุมสัมมนา ดังนั้นแผนก Sale and Marketing จึงมีผลต่อความพึงพอใจของผู้จัดงานในการใช้บริการโรงแรมในด้านการจัดประชุมสัมมนา เป็นอย่างมาก



ภาพที่ 1 ห้องประชุมสัมมนาโรงแรมขนาดใหญ่



ภาพที่ 2 แสดงรูปแบบอาหารและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 3 แสดงรูปแบบการจัดโต๊ะ



ภาพที่ 4 แสดงป้ายข้อมูลการจัดงาน

เอกสารอ้างอิง

ชัยญา แซ่หุ่่น. 2542. หลักการจัดการโรงแรม. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

นฤมล บัวจันทร์. 2551. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ ของโรงแรมอยุธยา แกรนด์ไฮเต็ล.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ผล ขวัญชัย. 2553. สัมมนา. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ภัคพร สุพนธ์. 2554. “พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.” การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นันทรัตน์ ชัยแก้ว, ธาณิษฐ์ ธรรมเกสร, ชุมพล พิษพันธ์ไพศาล. 2550. “ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุมต่อการให้บริการการจัดประชุมของสัมนาการบางปะกง ปาร์ค มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและภัตตาคาร วิทยาลัยดุสิตธานี.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

อนุวัตร บรรณารักษ์สกุล. 2557. จะวัดระดับคุณภาพงานบริการได้อย่างไร. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2557, จาก

<http://www.il.mahidol.ac.th/th/images/stories/exchange/aor2-07-52.pdf>

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ ประเภทดีลดีล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

CONSUMER INVOLVEMENT FACTORS IN DECISION MAKING OF DISCOUNT PURCHASE VIA DAILY DEAL WEBSITE IN BANGKOK AREA

บริندا ศัลยวุฒิ

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : brinda.su@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทดีลดีล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านต่าง ๆ กับพฤติกรรมการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทดีลดีลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สำหรับข้อมูลที่รวบรวมได้จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา แสดงการแจกแจงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลจากการวิจัยพบว่าลักษณะของสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการ ลักษณะของสินค้าหรือบริการมีความสำคัญกับผู้บริโภค ราคาของสินค้าหรือบริการ และ ผู้บริโภคนำสินค้าหรือบริการไปใช้โดยมีบุคคลอื่นพบเห็น มีผลต่อความถี่ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ดีลดีลโดยเฉลี่ย ในขณะที่ลักษณะของสินค้าหรือบริการมีความสำคัญกับผู้บริโภค และความถี่หรือผลกระทบจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีผลต่อช่วงวันในสัปดาห์ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ดีลดีลโดยเฉลี่ย ในส่วนของปัจจัยด้านความสนใจที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีผลต่อช่วงเวลาในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ดีลดีลโดยเฉลี่ย และปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคลมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ดีลดีลโดยเฉลี่ย

คำสำคัญ : ปัจจัยการมีส่วนร่วม กระบวนการตัดสินใจซื้อ อุปโภคส่วนลด เว็บไซต์ ดีลดีล

ABSTRACT

Research issues “Consumer Involvement Factors in Decision Making of Discount Purchase Via Daily Deal Website in Bangkok Area”. The research objective is to study about the Consumer Involvement Factors in Decision Making which would influence purchasing behavior through Daily Deal websites in Bangkok Area. Survey Research method is a Questionnaire survey tool to collect data. And sample groups are 400 Bangkokians who are familiar with Internet by using multi-stage sampling method.

The result of Survey is analyzed by Descriptive Statistics to show frequency percentage mean and the standard deviation. The Statistic that use for hypothesis testing research is Reliability Analysis a one-way ANOVA and Multiple Regression Analysis. The research result found that Product Factors , Price and Social Visibility affect to the frequency of consumer’s purchase as the average. While the product factors and perceived risk affect weekday’s daily deal purchase. The interest factor affect to the period of daily deal purchase. And personal factors affect to the spending on daily deal purchase.

KEYWORDS : Consumer involvement factors, Decision making, Discount purchase, Daily deal website

บทนำ

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางด้านไอที คอมพิวเตอร์ รวมถึงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและความแพร่หลายของการใช้สมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยจะเห็นได้จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ที่สำรวจโดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) กล่าวคือ ในปี 2544 ในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 3,500,000 คน โดยในแต่ละปีอัตราผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2554 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 25,090,390 คน จะเห็นได้ว่าภายในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เพิ่มขึ้นถึง 7 เท่า

ซึ่งทำให้ในปัจจุบันพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง โดยผู้บริโภคมองหาช่องทางการซื้อสินค้าที่สะดวกสบาย ง่ายง่ายในการซื้อต่ำ และราคาที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้นจึงกลายเป็นโอกาสของธุรกิจที่เริ่มหันมาให้ความสนใจกับช่องทางการขายสินค้าแบบออนไลน์มากขึ้น โดยมูลค่าตลาดของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ หรือ E-commerce ก็มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย ระบุว่า มูลค่าตลาดของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในปี 2555 อยู่ที่ประมาณ 73,000 ล้านบาท และคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา หรือมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 5.0 เมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดค้าปลีกทั้งหมดกว่า 1.48 ล้านล้านบาท โดยกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อย น่าจะเป็นกลุ่มค้าปลีกที่ผลักดันให้ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ยังคงมีแนวโน้มเติบโต ในขณะที่ห้างสรรพสินค้า ดิสเคาน์สโตร์ หรือซูเปอร์มาร์เก็ต การเพิ่มช่องทางการค้าผ่านทางออนไลน์ ก็เป็นช่องทางที่มีโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ

จากการเติบโตแบบก้าวกระโดดของการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์สำหรับการทำธุรกิจ E-commerce ในยุคปัจจุบัน นอกเหนือจากการขายสินค้าและบริการผ่านทางเว็บไซต์ที่ได้จัดตั้งขึ้นเองของธุรกิจนั้นๆ แล้ว ยังได้เกิด Trend หรือ แนวโน้มใหม่ และกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในยุคอินเทอร์เน็ต คือ การ

ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ที่ขายคูปองส่วนลดของสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค หรือที่เรียกว่า Daily Deal Website กล่าวคือ เว็บไซต์ประเภทนี้จะเป็นการนำเสนอตัวสินค้าและบริการเพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นราคาและส่วนลดที่มากกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าโดยตรง โดย Daily Deal Website นี้เริ่มมีมาตั้งแต่ปี 2545 โดยเริ่มจากเว็บไซต์จากต่างประเทศ www.groupon.com แต่ช่วงแรกของเว็บไซต์ประเภทนี้ประสบปัญหาอย่างมากในการให้ความรู้และความเข้าใจกับผู้บริโภคเกี่ยวกับคำว่า Deal แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มมีความเข้าใจมากขึ้น และหันมาสนใจซื้อคูปองส่วนลดจากเว็บไซต์ประเภทนี้ เนื่องจากปัจจัยที่ผู้บริโภคไทยให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ นั่นคือ ปัจจัยด้านราคา ที่เว็บไซต์แบบ Daily Deal ที่มีราคาขายที่ถูกกว่าท้องตลาด โดยในประเทศไทยก็มีการเปิดตัวเว็บไซต์ประเภทนี้ หลายหลายเว็บไซต์ และมีการเพิ่มขึ้นอย่างมากสำหรับ Daily Deal Website อาทิเช่น www.groupon.com , www.ensogo.com , www.dealthailand.com , www.coupon.sanook.com , www.dealdidi.com , www.promochan.com เป็นต้น

ดังนั้น การศึกษาวิจัย “ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเดลิดีล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” จึงต้องการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการในการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลด ผ่านเว็บไซต์ประเภทนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มของการซื้อขายสินค้าในยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสนใจกับช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านต่าง ๆ กับพฤติกรรมการซื้อคูปองส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเดลิดีล ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Consumer Involvement in Decision Making) มีดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ได้แก่ ค่านิยม ประสบการณ์เฉพาะตน และความต้องการ ถ้าความต้องการหรือแรงผลักดันในตัวบุคคลไม่ตื่นตัวขึ้นมา ก็ไม่มีการมีส่วนร่วมความต้องการและการมีส่วนร่วมรุนแรงที่สุดเมื่อสินค้า หรือบริการนั้นเพิ่มพูนภาพพจน์ของตนเอง

2. ปัจจัยเกี่ยวกับสินค้า (Product Factors) ลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าสามารถปรับแต่งการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคได้ โดยการมีส่วนร่วมมากขึ้น ถ้าสินค้าตอบสนองความต้องการและค่านิยมที่สำคัญ การมีส่วนร่วมมากขึ้นถ้าสินค้าที่เลือกซื้ออยู่แล้วมีข้อเสนอที่แตกต่างจากของเดิมมาก หรือสินค้านั้นมีความสำคัญต่อผู้บริโภค การทุ่มเทหรือการมีส่วนร่วมที่สูงตาม

3. ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) การมีส่วนร่วมทางสถานการณ์นั้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเวลาเป็นการมีส่วนร่วมชั่วคราวและหมดไปเมื่อผลการซื้อปรากฏออกมา

4. ปัจจัยทางด้านต้นทุน (Cost) การมีส่วนร่วมมักเพิ่มขึ้นตามต้นทุนในการซื้อหรือบริการ ถ้าสินค้านั้นมีราคาสูงการมีส่วนร่วมก็มักสูงตามไปด้วย

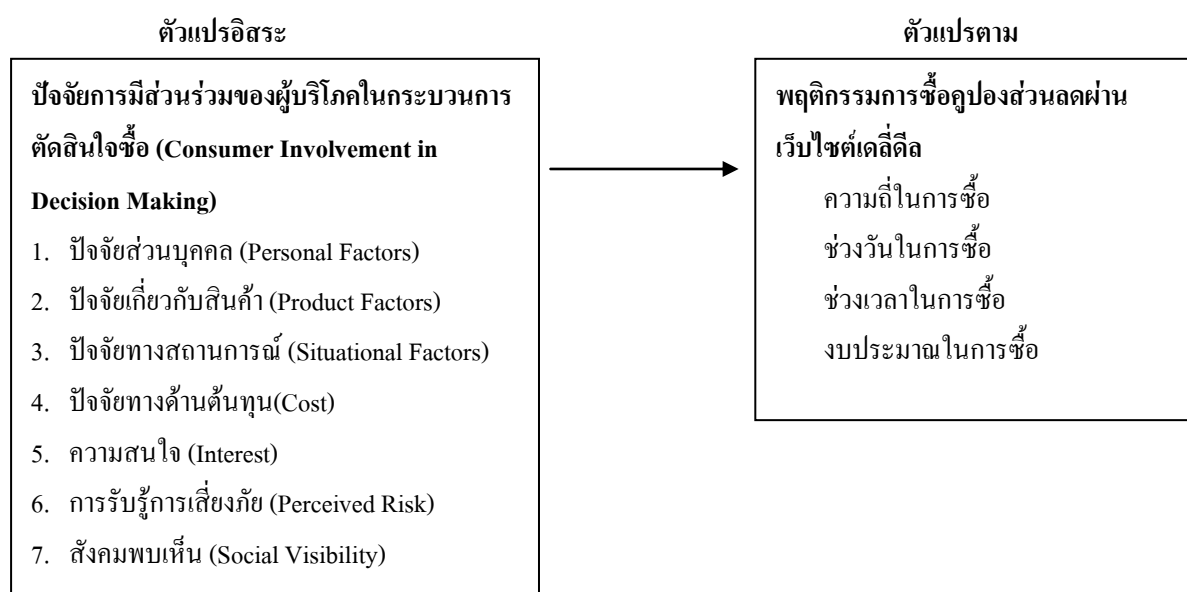
5. ความสนใจ (Interest) การมีส่วนร่วมเกี่ยวพันเป็นอย่างมากกับความสนใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคมักมีส่วนร่วมสูงในสิ่งที่ตนเองสนใจ

6. การรับรู้การเสี่ยงภัย (Perceived Risk) การหุ้มนึกเพิ่มมากขึ้นในกรณีที่ผู้บริโภครับรู้ความเสี่ยงในการทำการซื้อสินค้าลำดับความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้ต่ำ

7. สังคมพบเห็น (Social Visibility) การมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้นถ้าสินค้านั้น ผู้บริโภคนำไปใช้โดยมีบุคคลอื่นพบเห็น

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวความคิดจะประกอบด้วยตัวแปรที่ใช้ในการทำวิจัย คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และ ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังที่แสดงไว้ในภาพ



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพราะเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงอย่างเดียว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจากวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ฉบับ แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์หรือปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ซึ่งเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้และพฤติกรรมการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิคัล จะเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเดลิคัล (Likert Scales)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษานี้ เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 400 คนเป็นชาย 128 คน และหญิง 272 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี ร้อยละ 51 รองลงมาคืออายุ 25 - 34 ปี ร้อยละ 38.8 และอายุ 35 - 44 ปี ร้อยละ 9 ตามลำดับ ในส่วนของสถานภาพ มีสถานภาพโสด ร้อยละ 90.5 รองลงมา คือสถานภาพสมรส ร้อยละ 8 สำหรับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง คือนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 59 รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 31.3 ในส่วนของระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.8 รองลงมาได้แก่ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 25.3 และในเรื่องของรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 29.3 รองลงมา มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 29 และ มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเดลิเวอรี่

เว็บไซต์เดลิเวอรี่ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักคือ www.ensogo.com ร้อยละ 58.8 รองลงมา คือ www.mygroupon.co.th ร้อยละ 23.3 และ www.superdeal.sanook.com ร้อยละ 20.3 ตามลำดับ โดยจะเลือกซื้อคูปองส่วนลด ในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 54 รองลงมา คือ หมวดโรงแรมและการท่องเที่ยว ร้อยละ 42 และ หมวดสุขภาพและความงาม ร้อยละ 36.3 ตามลำดับ ซึ่งเฉลี่ยจะซื้อคูปอง เดือนละ 1 - 2 ครั้ง ร้อยละ 91 และ เดือนละ 3 - 4 ครั้ง ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ โดยช่วงวันในสัปดาห์ที่เลือกซื้อ ส่วนใหญ่จะไม่แน่นอนแล้วแต่ความสะดวก ร้อยละ 80.8 รองลงมา คือ วันศุกร์ ร้อยละ 4.3 และ วันเสาร์ ร้อยละ 4 ตามลำดับ ซึ่งจะซื้อในช่วงเวลา 18.01 - 24.00 น. ร้อยละ 40.8 และ เวลา 12.01 - 18.00 น. ร้อยละ 40 โดยจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการซื้อ ครั้งละ 1,000 - 2,000 บาท ร้อยละ 43 และ ครั้งละน้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 40.3 ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการซื้อคูปองส่วนลด คือเพื่อใช้สินค้าและบริการนั้นด้วยตนเอง ร้อยละ 95.8 และเพื่อเป็นของขวัญให้กับบุคคลอื่น ร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเดลิเวอรี่

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคทั้ง 7 ด้านว่ามีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเดลิเวอรี่ โดยแยกเป็นปัจจัยที่ 1 คือปัจจัยส่วนบุคคล ในส่วนของความต้องการส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีผลในระดับมาก ร้อยละ 53.3 และในส่วนของประสบการณ์เฉพาะตน มีผลในระดับมากเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 40 สำหรับปัจจัยที่ 2 คือปัจจัยเกี่ยวกับสินค้า ในส่วนของลักษณะของสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการ มีผลในระดับมาก ร้อยละ 46.5 และในส่วนของลักษณะของสินค้าหรือบริการมีความสำคัญกับผู้บริโภค มีผลในระดับมากเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 41.8 สำหรับปัจจัยทางสถานการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านที่ 3 เรื่อง ช่วงเวลาที่เผชิญในขณะนั้น มีผลในระดับปานกลางร้อยละ 51.3 และสถานการณ์ที่เผชิญในขณะนั้น มีผลในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ร้อยละ 49.3 ปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยทางด้านต้นทุน ในเรื่องราคาของสินค้าหรือบริการ มีผลในระดับมาก ร้อยละ 37 ปัจจัยทางด้านความสนใจ ในส่วนที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ 5 มีผลในระดับมาก ร้อยละ 41 และปัจจัยที่ 6 คือปัจจัยด้านการรับรู้การเสี่ยงภัย ที่ความเสี่ยงหรือผลกระทบจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีผลในระดับปานกลาง ร้อยละ

46.3 และปัจจัยสุดท้าย ในเรื่องปัจจัยด้านสังคมพบเห็น คือ ผู้บริโภคนำสินค้าหรือบริการไปใช้โดยมีบุคคลอื่นพบเห็น มีผลในระดับปานกลาง ร้อยละ 40.3

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านต่าง ๆ ที่มีผลกับพฤติกรรม การซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเดลิเวอรี่

4.1 ด้านความถี่ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่โดยเฉลี่ย

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) พบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความถี่ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่

และจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์แยกในแต่ละปัจจัย พบว่า ลักษณะของสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการ ลักษณะของสินค้าหรือบริการมีความสำคัญกับผู้บริโภค ราคาของสินค้าหรือบริการ และ ผู้บริโภคนำสินค้าหรือบริการไปใช้โดยมีบุคคลอื่นพบเห็น มีผลต่อความถี่ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่ โดยปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความถี่ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่ คือ ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์เฉพาะตน ช่วงเวลาที่เผชิญในขณะนั้น สถานการณ์ที่เผชิญในขณะนั้น ความสนใจที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ และความเสี่ยงหรือผลกระทบจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ

4.2 ด้านช่วงวันในสัปดาห์ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่โดยเฉลี่ย

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) พบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อช่วงวันในสัปดาห์ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่

และจากการทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์แยกในแต่ละปัจจัย พบว่าลักษณะของสินค้าหรือบริการมีความสำคัญกับผู้บริโภค และความเสี่ยงหรือผลกระทบจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีผลต่อช่วงวันในสัปดาห์ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่ โดยปัจจัยที่ไม่มีผลต่อช่วงวันในสัปดาห์ในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่ คือ ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์เฉพาะตน ลักษณะของสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการ ช่วงเวลาที่เผชิญในขณะนั้น สถานการณ์ที่เผชิญในขณะนั้น ราคาของสินค้าหรือบริการ ความสนใจที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ และผู้บริโภคนำสินค้าหรือบริการไปใช้โดยมีบุคคลอื่นพบเห็น

4.3 ด้านช่วงเวลาในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่โดยเฉลี่ย

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) พบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อไม่มีผลต่อช่วงเวลาในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่

และจากการทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์แยกในแต่ละเครื่องมือ พบว่าความสนใจที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีผลต่อช่วงเวลาในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่ โดยปัจจัยที่ไม่มีผลต่อช่วงเวลาในการซื้ออุปโภคส่วนลดผ่านเว็บไซต์เดลิเวอรี่ คือ ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์เฉพาะตน ลักษณะของสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการ ลักษณะของสินค้าหรือบริการมีความสำคัญกับผู้บริโภค ช่วงเวลาที่เผชิญในขณะนั้น สถานการณ์ที่เผชิญในขณะนั้น ราคา

ของสินค้าหรือบริการ ความเสี่ยงหรือผลกระทบจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ และผู้บริโภคนำสินค้าหรือบริการไปใช้โดยมีบุคคลอื่นพบเห็น

4.4 ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลดผ่านเว็บไซต์เคล็ดลับโดยเฉลี่ย

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) พบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลดผ่านเว็บไซต์เคล็ดลับ โดยเฉลี่ย

และจากการทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์แยกในแต่ละเครื่องมือ พบว่าความต้องการส่วนบุคคลมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลดผ่านเว็บไซต์เคล็ดลับ โดยเฉลี่ย โดยปัจจัยที่ไม่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลดผ่านเว็บไซต์เคล็ดลับโดยเฉลี่ย คือ ประสบการณ์เฉพาะตน ลักษณะของสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการ ลักษณะของสินค้าหรือบริการมีความสำคัญกับผู้บริโภค ช่วงเวลาที่เผชิญในขณะนั้น สถานการณ์ที่เผชิญในขณะนั้น ราคาของสินค้าหรือบริการ ความสนใจที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ความเสี่ยงหรือผลกระทบจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ และผู้บริโภคนำสินค้าหรือบริการไปใช้โดยมีบุคคลอื่นพบเห็น

อภิปรายผล

เมื่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากขึ้นกว่าเดิม คือการมองหาช่องทางซื้อที่สะดวก ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่ำ และราคาที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้นการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์สำหรับบริษัทต่างๆ ในยุคปัจจุบัน จึงเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการดึงดูดลูกค้า ประกอบกับปัจจุบันยังเกิดแนวโน้มใหม่ และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากผู้บริโภคในยุคอินเทอร์เน็ต คือ การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ที่ขายอุปกรณ์ป้องกันส่วนลดของสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค หรือที่เรียกว่า Daily Deal Website โดยจุดเด่นของเว็บไซต์ประเภทนี้จะเน้นการนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นราคาและส่วนลดที่มากกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าโดยตรง ดังนั้นหลายๆ สินค้าและบริการจึงหันมามองช่องทางขายสินค้าและบริการของตนผ่านช่องทางเว็บไซต์ประเภทเคล็ดลับมากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจของตน ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถสนับสนุนข้อความดังกล่าว ได้ว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเคล็ดลับ ในภาพรวมทั้ง 7 ด้านมีผลต่อความถี่ ช่วงวัน และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลด

จากผลการทดสอบสมมติฐาน ผลปรากฏว่าปัจจัยเกี่ยวกับสินค้า ในเรื่องของลักษณะสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการ และมีความสำคัญกับผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยทางด้านต้นทุน ในเรื่องของราคาสินค้าหรือบริการ และปัจจัยด้านสังคมพบเห็น ในเรื่องของผู้บริโภคนำสินค้าหรือบริการไปใช้โดยมีบุคคลอื่นพบเห็น มีผลต่อความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลดผ่านเว็บไซต์เคล็ดลับโดยเฉลี่ย ซึ่งถ้าบริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวและสื่อสารไปถึงผู้บริโภคอาจทำให้ผู้บริโภคมีความถี่ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลดมากขึ้น ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อผลต่อช่วงวันในสัปดาห์ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนลดผ่านเว็บไซต์เคล็ดลับโดยเฉลี่ย คือ ปัจจัยเกี่ยวกับสินค้า ในเรื่องลักษณะของสินค้าหรือบริการมีความสำคัญกับผู้บริโภค และปัจจัยด้านการรับรู้การเสี่ยงภัยหรือผลกระทบจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ ในขณะที่ปัจจัยด้านความสนใจ กล่าวคือความสนใจที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ มี

ผลต่อช่วงเวลาในการซื้อของส่วนลดผ่านเว็บไซต์เคล็ดลับโดยเฉลี่ย และปัจจัยส่วนบุคคล ในเรื่องของความต้องการส่วนบุคคลมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อของส่วนลดผ่านเว็บไซต์เคล็ดลับโดยเฉลี่ย ดังนั้นถ้าบริษัทต้องการให้ผู้บริโภคซื้อของส่วนลดของสินค้าและบริการของตน จำเป็นจะต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคให้ละเอียดและลึกซึ้งมากขึ้น เพื่อที่จะได้นำสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมาจัดจำหน่ายในช่องทางเว็บไซต์ประเภทเคล็ดลับ และจะเห็นได้ว่ายังมีการคำนึงถึงปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อของส่วนลดผ่านเว็บไซต์ประเภทเคล็ดลับ ทั้ง 7 ด้าน จะมีผลกระทบให้ผู้บริโภค มีการใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้นกับการตัดสินใจซื้อของส่วนลด โดยตรงกับหลักการของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด
ปณิศา มีจินดา. 2553. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

พงษ์ชัย ศิริณมิตร. 2552. เคล็ดลับการทำตลาดแบบ e-Marketing. (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2553
จาก : <http://www.change2success.com>

วีราภรณ์ สิริพานิชพงศ์. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการทาง

อินเทอร์เน็ต (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2553 จาก <http://library.cmu.ac.th/faculty/econ>

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. การดำเนินการธุรกิจมัลติเทรดดิ้ง (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2553 จาก :
http://www.siamintelligence.com/somkiat_tangkitvanich_interview

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ดวงกมล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. 2550. กลยุทธ์การตลาด และการบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. 2554. การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.

(ออนไลน์) จาก <http://www.nectec.or.th/pld/internetuser/internet1.html>

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, ดลยา จาตุรงค์กุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Georgios Zervas , John W. Byers, Michael Mitzenmacher. 2011. **Daily Deals: Prediction, Social Diffusion, and Reputational Ramifications**. Boston University and Harvard University . Proceedings of the fifth ACM international conference on Web search and data mining

Hughes Suzaan , Beukes Chantal . 2012. Growth And Implications Of Social E-Commerce And Group Buying Daily Deal Sites: The Case Of Groupon And Livingsocial. **International Business & Economics Research Journal**; Aug 2012, Vol. 11 Issue 8

**ความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร
ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**

**SIGNIFICANCE AND PERCEPTION OF INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION TOOLS AFFECTING THE DECISION TO BUY
COLLAGEN SUPPLEMENTS AMONG CONSUMERS IN BANGKOK**

จุฑารัตน์ ทินบัว

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail: tan_jutarat.t@hotmail.com

ดร.ตรีทิพ บุญเยี่ยม

อาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : Treetip.b@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเรื่องความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญและระดับการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้และการให้ความสำคัญของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรและการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวนทั้งสิ้น 400 คนด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ผลข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20-30 ปีโดยมีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ตเพื่อความงามเป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อโดยผู้ที่มีชื่อเสียง นักแสดง นักร้อง เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนชนิดผง ความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนคือ 1 ครั้ง/เดือน ความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร

เสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ 3-4 วัน/สัปดาห์ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนแต่ละครั้ง 1,001 - 2,000 บาทระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน คือ น้อยกว่า 1 ปี และซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนโดยการส่งออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต ยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อมากที่สุด คือ Seoul Secret Collagen ซึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนยี่ห้อที่เลือกซื้อจากเว็บไซต์ เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเปลี่ยนยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ ยี่ห้ออื่นมีโปรโมชันพิเศษ และเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เปลี่ยนยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ สินค้ามีคุณภาพ ระดับความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ได้แก่ ด้านกาโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยใช้พนักงานขายด้านการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดทางตรง และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด ไม่พบความสัมพันธ์กับการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความสำคัญ การรับรู้ เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to determine the levels of significance and perception of the Integrated Marketing Communication (IMC) tools affecting the decision to buy collagen supplements among consumers in Bangkok, and 2) to conduct a comparative study between the perception and significance of the IMC tools affecting the decision to buy collagen supplements among consumers in Bangkok. The sample group in this study included 400 consumers in Bangkok, who had bought collagen supplements during the past year. They were selected by using the purposive sampling method. Questionnaires were used as the data collection tool. The statistical data analysis was conducted using the descriptive statistics including percentage, mean, standard deviation, and the inferential statistics including Pearson's Correlation.

The results from the study were concluded below. Most respondents were female, aged 20-30 years old, company workers, had a bachelor's degree, and an average monthly income of THB10,001-20,000. The respondents received the information about collagen supplements through the Internet the most. The most important reason for buying the product was for their beauty. The social influence factors were famous people, actors, actresses, and singers. Most respondents used powder collagen supplements. The frequency of purchase was once a month, while the frequency of usage was 3-4 days per week. They spent 1,001-2,000 baht each time to purchase the supplements. Most of them had taken the supplements for less than 1 year. They bought the supplements online. The brand that the respondents purchased the most was Seoul Secret Collagen which they had read about on websites. The reason of most participants for changing the brand was because other brands had a special promotion. The reason of most participants for not changing the brand was because its quality was

good. It was found that there was no relationship between the level of significance of the IMC tools in the aspects of advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing, and event marketing and the perception of the IMC tools in every aspect, with a statistical significance of 0.05.

KEYWORDS: Significance, Perception, Integrated marketing communication tools, Decision to buy collagen supplements

บทนำ

ปัจจุบันเทรนด์การดูแลสุขภาพรวมทั้งความสวยงามมีมากขึ้นจากการสำรวจพบว่ากระแสการรับประทานอาหารเสริมเพื่อบำรุงผิว เสริมสุขภาพก็เพิ่มมากขึ้น กระแสการทานอาหารเสริมที่คนทั่วไปนิยมในตอนนี้คือ กระแสการรับประทานคอลลาเจนซึ่งเป็นโปรตีนที่พบในเนื้อเยื่อเกี่ยวพัน ทำหน้าที่กระตุ้นการเจริญเติบโตของผิว และช่วยรักษาน้ำในผิวเมื่อร่างกายได้รับคอลลาเจน (พญ.พรกษงค์ เล่าห์เกริกเกียรติ แพทย์หัวหน้าศูนย์ความงาม โรงพยาบาลพญาไท 3)

ตลาดอาหารเสริมสุขภาพและความงาม มูลค่ากว่า 3.5 พันล้านบาท เป็นตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วปีละ 10% และมีการแข่งขันสูงมาก โดยผลิตภัณฑ์ประเภทคอลลาเจนมีสัดส่วนประมาณ 10% ของตลาด ในปี 2556 เป็นปีที่ตลาดเติบโตอย่างเห็นได้ชัด จากการเข้ามาของคอลลาเจนแบรนด์ใหม่ๆ ที่เข้ามาปลุกตลาดเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ปัจจุบันมูลค่า รวมของตลาดคอลลาเจน มีมูลค่าประมาณ 2 พันล้านบาท (“สวยแฉ่ง 2 พันล้าน”, 2556) จากการที่ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมีการแข่งขันสูง จึงเป็นผลดีต่อผู้บริโภค เนื่องจากทำให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะทางด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า และราคาที่เหมาะสม การส่งเสริมการขายต่างๆ และการจัดกิจกรรมทางการตลาดอื่น รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งก็จะมีรูปแบบการโฆษณาที่แตกต่างกัน และมีการออกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดตลอดเวลาจนบางครั้งผู้บริโภคอาจเกิดความสับสนต่อการเลือกซื้อ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการควรจะต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเพื่อที่จะตอบโจทย์ของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทนี้ได้ตรงเป้ามากที่สุด การจะทำให้ผู้บริโภคสนใจและกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนนั้นจะใช้แค่การโฆษณาอย่างเดียวไม่พอ เครื่องมือสื่อสารการตลาดมีหลายประการซึ่งอาจใช้เพียงเครื่องมือเดียวหรือหลายเครื่องมือร่วมกันเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า การเข้ามามีส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการเพื่อสร้างพฤติกรรมการเลือกซื้อ เพื่อจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน ซึ่งสิ่งสำคัญของการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม ก็ควรจะนำเสนอเครื่องมือที่สอดคล้องกับสิ่งที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้ความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเขาได้ด้วย การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญกับความรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรของผู้บริโภคจึงเป็นการตรวจสอบการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในปัจจุบัน ว่ามีความเหมาะสมเพียงพอหรือไม่อย่างไร ตลอดจนเป็นการใช้งบประมาณทางการตลาดที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่อีกด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลของผู้ทำวิจัยมาพัฒนาช่องทางการใช้เครื่องมือการสื่อสารให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาระดับรวมถึงความสอดคล้องระหว่างการให้ความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

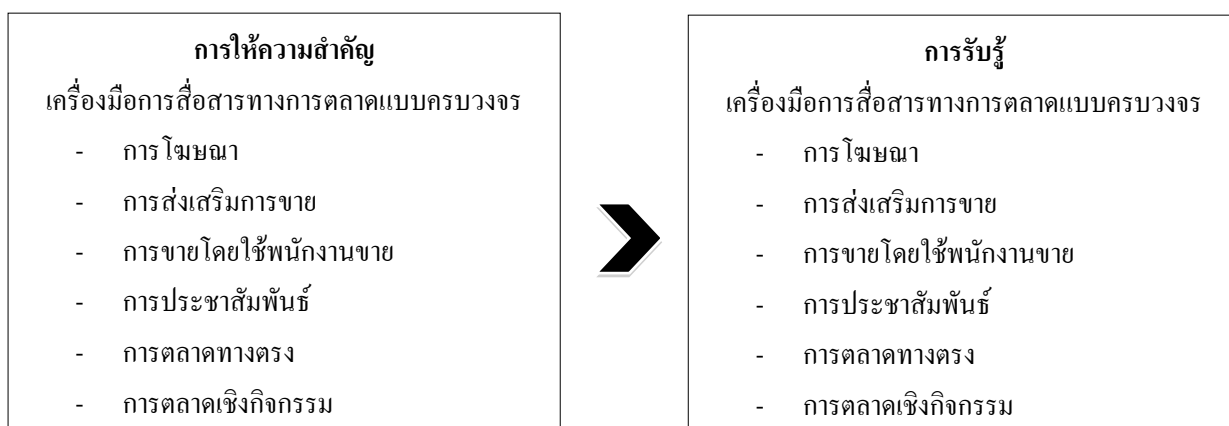
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception Theory) กระบวนการซึ่งสมองตีความหรือแปลข้อความที่ได้จากการสัมผัส (Sensation) ของร่างกาย (ประสาทสัมผัสต่างๆ) กับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเร้าทำให้เราทราบว่าสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมที่เราสัมผัสนั้นเป็นอย่างไรมีความหมายอย่างไรมีลักษณะอย่างไร ฯลฯ การที่เราจะรับรู้สิ่งเร้าที่มาสัมผัสได้นั้นจะต้องอาศัยประสบการณ์ของเราเป็นเครื่องมือช่วยในการตีความหมายหรือแปลความหมาย (Garrison & Magoon, 1972)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (IMC) กระบวนการของการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การบูรณาการหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องเป้าหมาย IMC คือการที่มุ่งสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโดยการพิจารณาวิธีการสื่อสาร

ตราสินค้า (Brand Contracts) เพื่อให้ผู้บริโภคเป้าหมายได้รู้จักสินค้าที่จะนำไปสู่ความรู้ความคุ้นเคยและความเชื่อมั่นในสินค้าหรือไคยี่ห้อหนึ่งซึ่ง IMC เป็นวิธีการพื้นฐานในการสำรวจกระบวนการติดต่อสื่อสารกับผู้รับข่าวสารที่เป็นหมาย การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรจะใช้การติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบกับลูกค้าซึ่งอยู่ภายใต้แผนเดียวกันและจุดมุ่งหมายเดียวกันการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรตระหนักว่าบุคคลสะสมข้อมูลตลอดเวลาและข้อมูลที่สะสมจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อดังนั้นจึงควรมีการป้อนข้อมูลให้กับลูกค้าด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้ 1) การโฆษณา 2) การส่งเสริมการขาย 3) การขายโดยพนักงานขาย 4) การประชาสัมพันธ์ 5) การตลาดทางตรง 6) การตลาดเชิงกิจกรรม (เสรี วงษ์มณฑา, 2540)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค กิจกรรมต่างๆ ที่สิ่งมีชีวิตกระทำและบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้หรือใช้เครื่องมือวัดได้ นอกจากนี้พฤติกรรมมิได้มีความหมายเฉพาะแต่การแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอกเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการกระทำหรือกิจกรรมภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิดด้วย (โสภานุพิกุลชัย, 2521)

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ได้ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน ในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยแทนค่าสูตร Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อน $\pm$ ร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างในลักษณะหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling Method) โดยทำการสุ่มเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการเลือกห้างสรรพสินค้า 10 แห่ง ได้แก่ สยามเซ็นเตอร์ สยามพารากอน เทอร์มินัล 21 เซ็นทรัลเวิลด์ เอ็มโพเรียม มานูญครอง ยูเนี่ยนมอลล์ แพลตินั่ม เมกะบางนา และพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ทำการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดให้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละห้างสรรพสินค้าเท่าๆ กัน ได้ 40 คน ต่อ 1 ห้างสรรพสินค้า รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในช่วงเวลา 1 ปี ที่ผ่านมากโดยขอความร่วมมือจากผู้บริโภคในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaires) จนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละห้างสรรพสินค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือกตอบ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 3 ข้อมูลความสำคัญและการรับรู้ของเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร เพื่อประกอบการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน ลักษณะของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า Likert Scale 5 ระดับ โดยแบ่งตามเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการโฆษณา 2) ด้านการส่งเสริมการขาย 3) ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย 4) ด้านการประชาสัมพันธ์ 5) ด้านการตลาดทางตรง 6) ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ

ความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาแบบสอบถาม ตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ช อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้านระดับความสำคัญ รวมอยู่ที่ 0.759 และด้านระดับการรับรู้ รวมอยู่ที่ 0.830

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายตัวแปรของการศึกษารุ่นนี้ไว้ดังนี้ คือ สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analytical statistics) สถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาได้แก่ การหาค่าจำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (percentage) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) คือค่าที่ได้จากการเอาผลรวมของค่าของข้อมูลทั้งหมดหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด เพื่อใช้วิเคราะห์ระดับความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ค่าความเบี่ยงมาตรฐาน (Standard deviation) (SD) คือใช้เพื่ออธิบายลักษณะการกระจายของข้อมูลเพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลของความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (ชูศรีวงศ์รัตน์, 2541) สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (inferential analytical statistics) เป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงลักษณะของตัวต้น (independent variable) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (dependent variable) โดยใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สำหรับอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท

สำหรับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพื่อความงาม ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้มีชื่อเสียงนักแสดงนักร้อง ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนชนิดชนิดผงที่สุด ความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ 1 ครั้ง/เดือน ความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ 3-4 วัน/สัปดาห์ งบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ 1,001-2,000 บาท/ครั้ง ระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ น้อยกว่า 1 ปี สถานที่จำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ สั่งออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต ยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อมากที่สุด คือ Seoul Secret Collagen โดยสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ เว็บไซต์

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเปลี่ยนยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ ยี่ห้ออื่นมีโปรโมชันพิเศษ และเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เปลี่ยนยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนมากที่สุด คือ สินค้ามีคุณภาพ เมื่อทำการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญและการรับรู้ของเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน ดังนี้ ด้านการโฆษณา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ป้ายโฆษณา แผ่นพับหรือโบรชัวร์ การโฆษณาทางโทรทัศน์ การโฆษณาวิทยุ การโฆษณาทางนิตยสาร/วารสาร การโฆษณาผ่านไลน์หรืออินสตาแกรมและการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในระดับมาก ได้แก่ การให้ของสมนาคุณ การจัดรายการชิงโชคมอบของรางวัล การให้คูปองส่วนลด การลดราคาต่ำกว่าปกติและการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจ พนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อมและพนักงานให้ความรู้และแนะนำสินค้าได้ดี ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในระดับมาก ได้แก่ การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม การให้ความรู้ในลักษณะคอลัมน์ในนิตยสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ การเป็นสปอนเซอร์ในรายการโทรทัศน์และการส่งข่าวสารต่อกันโดยใช้ Email ด้านการตลาดทางตรง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในระดับมาก ได้แก่ การเสนอขายทางเว็บไซต์ โสมเพจ การส่งโบรชัวร์แผ่นพับทางไปรษณีย์การส่ง SMS MMS ทางโทรศัพท์มือถือและการเสนอขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เช่นเฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในระดับมาก ได้แก่ การจัดบุฟเฟ่ต์ตามห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่ต่างๆและการจัดงานเปิดตัวโดยมีศิลปินดาราร่วมงาน

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้การรับรู้กับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนดังนี้ ด้านการโฆษณา พบว่า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ การโฆษณาทางนิตยสารวารสาร ป้ายโฆษณา กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านไลน์หรืออินสตาแกรม แผ่นพับหรือโบรชัวร์ การโฆษณาวิทยุและการโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ การลดราคาต่ำกว่าปกติ การจัดรายการชิงโชคมอบของรางวัลการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้คูปองส่วนลดและการให้ของสมนาคุณ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย พบว่า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจ พนักงานให้ความรู้และแนะนำสินค้าได้ดีและพนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความรู้ในลักษณะคอลัมน์ในนิตยสารหรือสื่อ

สิ่งพิมพ์ต่างๆ การเป็นสปอนเซอร์ในรายการโทรทัศน์ การส่งข่าวสารต่อๆ กันโดยใช้ Email และกลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม ด้านการตลาดทางตรง พบว่า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ การส่ง SMS MMS ทางโทรศัพท์มือถือ กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับปานกลาง ได้แก่ การเสนอขายทางเว็บไซต์โฮมเพจ การส่งโบรชัวร์แผ่นพับทางไปรษณีย์และการเสนอขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด พบว่า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดงานเปิดตัวโดยมีศิลปินดาราร่วมงานและการจัดบูธตามห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่ต่างๆ

สรุปสมมติฐาน จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ได้แก่ ด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้ จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ประสงค์ศึกษาระดับความสำคัญและระดับการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความสำคัญและระดับการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ สุณิรัตน์ จิรเกรียงไกร (2551) ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภค (IMC) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลจากการทำแบบสอบถามได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านการตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูลกระบวนการประเมินผลข้อมูล และการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง และมีความเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านพฤติกรรมหลังการซื้อในระดับมาก

สำหรับวัตถุประสงค์การศึกษาความสอดคล้องระหว่างระดับความสำคัญและระดับการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร โดยการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบของเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรสูง ควรจะมีระดับการรับรู้ต่อองค์ประกอบของเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรสูงด้วย ทั้งนี้เมื่อทำการทดสอบตัวแปร พบว่า ระดับความสำคัญและการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ได้แก่ ด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย วิเคราะห์ได้ว่านักการตลาดยังไม่สามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คอลลาเจนผ่านเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรได้สอดคล้องกับเครื่องมือที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรทุกด้าน แต่กลับไม่รับรู้ถึงเครื่องมือ

สื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรที่นักการตลาดสื่อสารได้สอดคล้องกับความต้องการของตน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการดำเนินการทางการตลาดของนักการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนยังไม่ดีเพียงพอ เพราะตามทฤษฎีระบุไว้ว่าการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้รวดเร็ว และลดต้นทุนในการลงทุนในสื่อที่ไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (ชินจิตต์ แจ่มเจนกิจ, 2544)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ จากผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลตามที่ได้เสนอข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนและผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลนี้มาประกอบการพิจารณาเพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างการกระตุ้นทางการตลาด และการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ ด้านการโฆษณา ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนควรที่จะเน้นการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ให้ผู้บริโภคสามารถประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนง่ายขึ้น ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน อาจจะใช้วิธีในการส่งเสริมการขายโดยจัดโปรโมชั่นลดราคาเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ตามจำนวนที่กำหนด หรือให้ของสมนาคุณกับลูกค้าในเทศกาลต่างๆ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนควรที่จะมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนให้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วทันใจ เพิ่มความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าและนำมาซึ่งการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนต่อไป ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนควรที่จะเพิ่มการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม ที่จะทำให้อาสาสมัครนึกถึงภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจน ด้านการตลาดทางตรง ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนอาจเพิ่มการเสนอขายทางเว็บไซต์ให้มากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจับตามห้วงสรรพสินค้าหรือสถานที่ต่างๆ แต่ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดงานเปิดตัวโดยมีศิลปินดาราร่วมงานมากที่สุดแสดงให้เห็นว่าการจัดกิจกรรมโดยการจับตามห้วงสรรพสินค้าและการเปิดตัวโดยมีศิลปินดาราร่วมงานนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเปรียบเทียบทั่วประเทศ เพื่อวางแผนการตลาดเป็นภูมิภาค ถ้าผลการวิจัยเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งประเทศก็สามารถวางแผนการตลาดรวมเป็นฉบับเดียว ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า ซึ่งคาดว่าจะเป็นส่วนสำคัญและมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเป็นต้น ควรศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คอลลาเจนเป็นรายตราผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจทำการคัดเลือกตราสินค้าที่เป็นผู้นำตลาด 4-5 ตราสินค้า เพื่อศึกษาระดับความสำคัญกับการรับรู้ว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ถ้าสอดคล้องในตราสินค้าที่เป็นผู้นำหลัก ก็จะแสดงให้เห็นว่าการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผ่านเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คอลลาเจนของผู้บริโภคจริง

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย . กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จำเนียร ช่วงโชติ. 2526. จิตวิทยาการรับรู้และการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ขึ้นจิตต์ แจ้เจนกิจ. 2544. **IMC & Marketing Communication** กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: ทิปปิ้ง พอยด์ เพรส.
- ชนวรรณ ปานยิ้ม. 2549. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในบริเวณโรงพยาบาล
เซ็นทรัลเอนเนอรัล . กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- นวธิดา ไชยหามาน. 2547. “การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการ
ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดน้ำหนักของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานผลการวิจัย
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประมะ สดะเวทิน. 2546. “การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี.” รายงานผลการวิจัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ปณิศา ลัญญานนท์. 2548. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- พรภุชงค์ เลาคีกรเกียรติ. 2556. “ไขปัญหาคอลลาเจน.” <http://beauty.spokedark.tv/2013/06/30/collagen-for-beauty-skin/>.
- พัชนี เขยจรรยา. 2543. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: เบลโล่การพิมพ์.
- มัลลิกา บุญนาค. 2537. สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- “สวยเต็ม 2 พันล้านฟองเม็ด-ผงเฮโลเข้าตลาด.” http://www.siamturakij.com/main/news_content.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- โสภา ชูพิกุลชัย. 2521. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุณิรัตน์ จิรเกรียงไกร. 2551. “การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภค (IMC) ที่มีผลต่อกระบวนการ
ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
บัณฑิตวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรรวรรณ เจริญจิตรกรรม. 2549. “การสื่อสารการตลาด (IMC) การรับรู้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลใน
กรุงเทพมหานคร.” รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. 2001. **Marketing**. Boston: McGraw-Hill.
- Garrison, K. C., & Magoon, R. 1972. **Educational psychology**. Ohio: Charles E. Morrill Publishing century-crofts.
- Kotler, P. 2003. **Marketing management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 1993. **Consumer behavior and marketing strategy**. New Jersey: Irwin, Homewood, IL.

กลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรมผู้แทนขาย ที่มีผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้า อุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ในประเทศไทย

RELATIONSHIP MARKETING STRATEGY AND ETHICAL SALES BEHAVIOR AFFECTING MEDICAL EQUIPMENT CUSTOMER RELATIONSHIP QUALITY IN THAILAND

รัตนา ชัยกล้า

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม

ดร.ปริญ ลักษิตามาศ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยบริหารธุรกิจดุสิต มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์และกำหนดโครงสร้างกลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรมผู้แทนขายที่มีผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ในประเทศไทย ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์จำนวน 470 คน และ ผู้แทนขายอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ จำนวน 470 คน รวมเป็น 940 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลและการพัฒนาตัวแบบใช้ทั้งสถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์สมการ โครงสร้างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการศึกษาพบว่า การตลาดสัมพันธ์และจริยธรรมผู้แทนขาย มีความสัมพันธ์ทางตรงในเชิงบวกต่อคุณภาพความสัมพันธ์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย คือ ตัวแปรแฝงตลาดสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางตรงในเชิงบวกต่อคุณภาพความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ตัวแปรแฝงจริยธรรมผู้แทนขายมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อคุณภาพความสัมพันธ์เป็นไปตามสมมติฐาน

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้าง กลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรมผู้แทนขายที่มีผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ พบว่า การทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.103 \geq 0.05$) GFI = 0.992, AGFI = 0.967, NFI = 0.990, IFI = 0.997, CFI = 0.997, RMR = 0.007, RMSEA = 0.026 จึงสรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรมผู้แทนขาย นั้นมีผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ในประเทศไทย

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรมผู้แทนขายคุณภาพความสัมพันธ์

ABSTRACT

The study aims to analytical study and set the structure of the relationship marketing strategy, ethical sales representative affected medical equipment customers relationship quality in Thailand. The sample unit used in this research was 470 physicians and 470 medical device sales representatives for a total of 940, The research method were questionnaire. The data analysis applied a processing program for statistics.

The research results showed that relationship marketing strategy and ethical sales representative that positive affected customer relationship quality. Result of this study showed that the hypothesis of the research is latent relationship marketing tactics relation direct positive relationship quality. Statistically significant at the 0.05 level, direct sales representatives latent positive relationship quality.

The structural equation model analysis of marketing relationship tactics, ethics sales representative affected the quality of customer relationship in the Thailand medical equipment in the Thailand medical equipment. found that the probability of the chi-square (chi-square probability level) was less than .05 ($P=0.103 \geq 0.05$) the index measures the consistency (GFI) was .992, AGFI = 0.967, NFI = 0.990, IFI = 0.997, CFI = 0.997, RMR = 0.007, RMSEA = 0.026 The results showed that relationship marketing strategy and ethical sales representative affected customer relationship quality.

KEYWORDS: Relationship marketing strategy, Ethical sales representative, Relationship quality

บทนำ

การตลาดความสัมพันธ์ เป็นการแสวงหาโอกาสที่จะรักษาลูกค้าด้วยการให้บริการลูกค้าที่มีคุณภาพ ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ประสบความสำเร็จในการการแข่งขันในตลาดปัจจุบันและอนาคต การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ยาวนานระหว่างลูกค้ากับผู้แทนขายหรือผู้ผลิตเป็นสิ่งจำเป็นและท้าทายสำหรับ นักการตลาด ในการแข่งขันและขยายตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและเพื่อการสร้าง บำรุงและรักษาลูกค้า อย่างต่อเนื่องระหว่างองค์กรและลูกค้า นอกจากนี้ผู้แทนขายมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยพฤติกรรมของผู้แทนขาย กับการแสดงความซื่อสัตย์และการหลีกเลี่ยงการหลอกลวงและการปฏิบัติที่สุจริต (Saxe & Weitz, 1982) เพราะเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ผู้แทนขายต้องแข่งขันกับตลาด ความต้องการที่เฉพาะเจาะจงเช่นการแข่งขันสูงและความผันผวนของตลาดโลกส่งผลต่อการขายและความซับซ้อนการขาย (Belz & Schmitz, 2007) ประกอบกับข้อมูลการขายมีความซับซ้อน การผลิตอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ส่งผลให้เกิดความซับซ้อนแก่ผู้แทนขายอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ หนึ่งในบทบาทของผู้แทนขายคือการพัฒนาศักยภาพ และการขยายตลาดในเวลาเดียวกันพร้อมทั้งต้อง

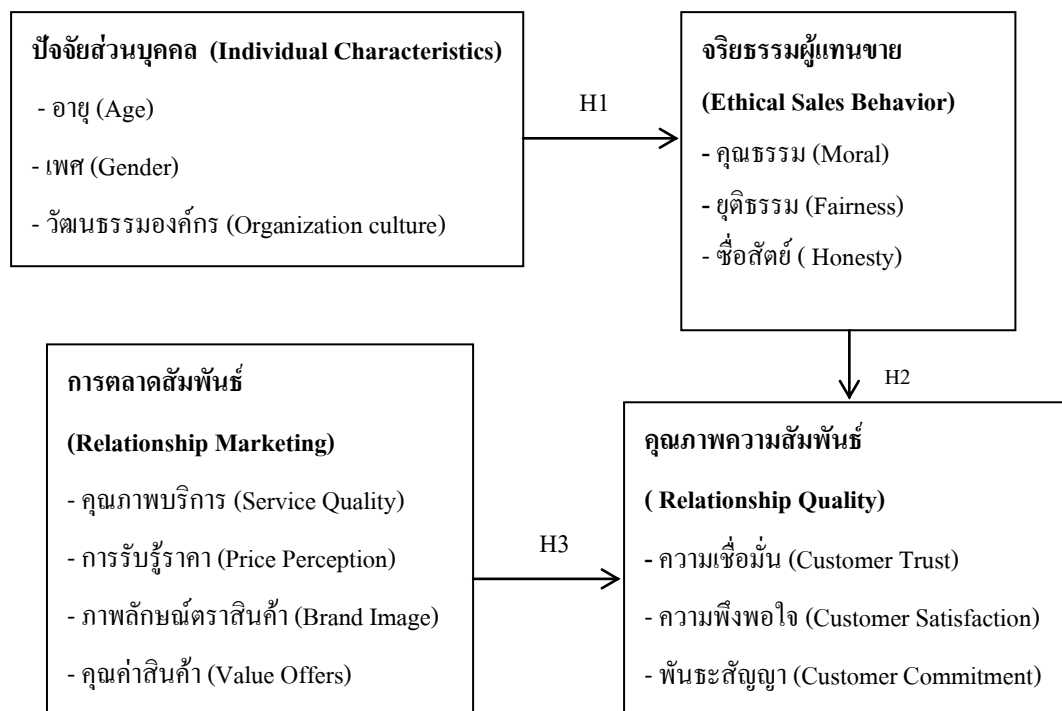
สร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ การสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ลูกค้า (Wilson,1993)ด้วยเหตุนี้งานขายจึงกลายเป็นเรื่องที่ซับซ้อนขึ้นสำหรับอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น เรื่องกระแสการเปลี่ยนรูปแบบทางการตลาดในอุตสาหกรรมอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ ประกอบกับเรื่องผลงานวิจัยด้านจริยธรรมผู้แทนขายอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ยังไม่ค่อยมีผู้ทำการวิจัยมากนักโดยเฉพาะทางด้านการตลาดสัมพันธ์ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาจริยธรรมของผู้แทนขายอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ ผลการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้บริหารงานขายและ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ไทย ได้ประยุกต์และพัฒนา รูปแบบมาตรฐานการขายเชิงจริยธรรมต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การตลาดสัมพันธ์(Relationship marketing) การตลาดสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์สำหรับนักการตลาดในการรักษาความสัมพันธ์และความภักดีของลูกค้า (Bansal&Taylor & James,2005) การตลาดสัมพันธ์ประกอบด้วย (1) คุณภาพการบริการ (2) การรับรู้ราคา (3) ภาพลักษณ์(ตราสินค้า) (4) คุณค่าสินค้า (Peng & Wang ,2006)

จริยธรรมผู้แทนขาย (Ethical sale behavior) การประพฤติปฏิบัติที่เป็นคุณงามความดีความถูกต้องบนพื้นฐานของคุณธรรม เป็นที่ยอมรับ และต้องการของสังคมความยุติธรรม ความสัตย์ และ การเปิดเผยข้อมูลด้านการตลาดจริยธรรมผู้แทนขายหมายถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้าและมูลค่าของเงินอย่างยุติธรรมจากการศึกษางานวิจัยพบว่า จริยธรรมผู้แทนขายแบ่งออกถึง (1) การสื่อสารด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยความจริงใจ และและทำตามที่ได้คำสัญญากับลูกค้า (2) รักษาความลับข้อมูลของลูกค้า ผู้แทนขายขาดจริยธรรมหมายถึง (1) การทำให้ลูกค้าเข้าใจผิด (เช่น การบิดเบือนข้อมูล หรือ เกินจริง เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ) (2) บิดเบือนข้อมูลของกลุ่มแข่งขัน (3) นำเสนอขายสินค้าหรือบริการไม่เหมาะสมกับราคา (Hansen & Riggle, 2009; Román & Ruiz, 2005)

คุณภาพความสัมพันธ์ (Relationship quality) การประเมินคุณภาพความสัมพันธ์มีองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบ คือ ความเชื่อมั่น พันธะสัญญา (Veloutsou et al., 2002) มีการศึกษางานวิจัยพบว่าคุณภาพความสัมพันธ์ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ความเชื่อมั่น พันธะสัญญา ความพึงพอใจ (De Wulf et al, 2001)คุณภาพความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นอาจส่งผลจากความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าหรือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้แทนขายกับลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามคุณภาพความสัมพันธ์ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างลูกค้ากับบริษัทหรือขายว่า ผู้แทนขายสามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่น ให้แก่ลูกค้าส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้แทนขายกับลูกค้า นักวิจัยหลายท่านเชื่อว่าปัจจัยหลักในการประเมินคุณภาพความสัมพันธ์ประกอบด้วย ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ พันธะสัญญา (Cater,T. & B.Cater, 2010)



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบ กลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรมผู้แทนขายที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของโครงสร้างกลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรมผู้แทนขายที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ในประเทศไทย
3. เพื่อกำหนดโครงสร้างกลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรมผู้แทนขายที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ในประเทศไทย

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร (Target population)

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมผู้แทนขาย จริยธรรมผู้แทนขายและการตลาดสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ ผู้วิจัยได้ศึกษาประชากรได้แก่ผู้ปฏิบัติงานประจำห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุขในประเทศไทยโดยพิจารณาจากขนาด (เตียง) ที่มากกว่า 60 เตียง

ตารางที่ 1 ประเภทของโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ประเภทของโรงพยาบาล	ขนาด(เตียง)	จำนวน(แห่ง)
1. โรงพยาบาลศูนย์ (รพศ.)	500 ขึ้นไป	25
2. โรงพยาบาลทั่วไป (รพท.)	200-500	71
3. โรงพยาบาลชุมชน (รพช.)	10-150	736
3.1 โรงพยาบาลชุมชนขนาดเล็ก	10-30	539
3.2 โรงพยาบาลชุมชนขนาดกลาง	60	131
3.3 โรงพยาบาลชุมชนขนาดใหญ่	90-120	66
รวมทั้งสิ้น		832

ที่มา : กระทรวงสาธารณสุข,2552

ตัวอย่าง(Sample)

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่หัวหน้าห้องปฏิบัติการทางการแพทย์หรือหัวหน้าหน่วยงานภายในห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ประจำโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข โรงทั้ง 3 ประเภทและผู้แทนขายเป้าหมายผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างตามเทคนิคการใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM-structural equation modeling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 20 เท่าของจำนวนตัวแปรที่ใช้สำหรับการกำหนดตัวอย่างในโปรแกรม AMOS (Diamantopoulos & Siguaw, 2000) ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรจำนวน 62 ตัวแปรและกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 โดยอนุญาตให้เกิดความผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 จึงมีกลุ่มขนาดตัวอย่างเท่ากับ 940 ตัวอย่าง (62 X 15) โดยงานวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดโรงพยาบาลตัวอย่างเป็น 2 กลุ่มซึ่งสามารถกำหนดขนาดตัวอย่างของกลุ่มลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์คิดเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 470 ตัวอย่างและผู้แทนขายเป็นจำนวน 470 ตัวอย่างจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 940 ตัวอย่างสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะสุ่มเก็บข้อมูลผู้แทนขายจากบริษัทที่เป็นสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่าความสำคัญและความคิดเห็นเป็นคำถามมาตราส่วนแบบLikert Scale ชนิด 5 ระดับ

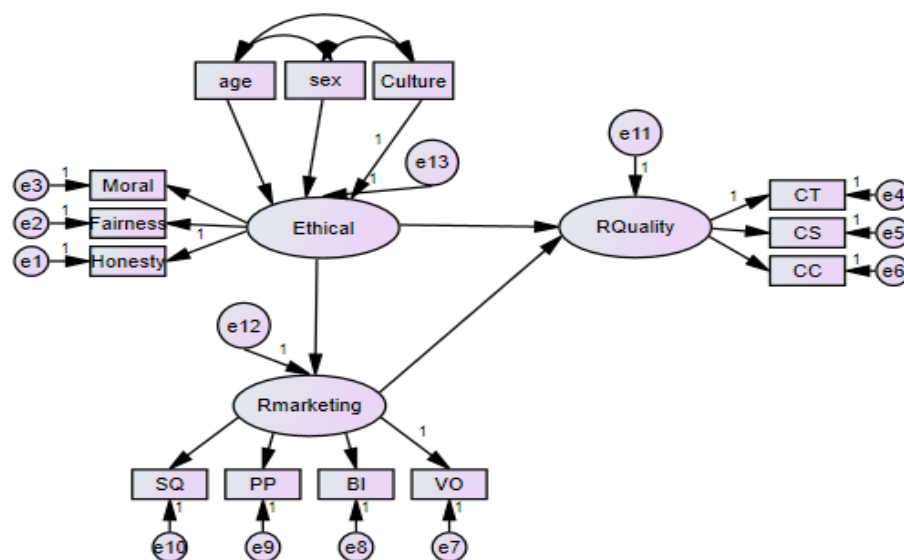
การตรวจคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ เพื่อวัดประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทดสอบในเรื่องของค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้ ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีระหว่าง 0.66-1.00 ถือว่าผ่านเกณฑ์

การสอบค่าความเชื่อถือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ทดลองในการวิจัยไปทำการทดสอบ (Pre-test) เพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่มีความน่าเชื่อถือกับเครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบในการเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลจริง โดยวิธีการหาค่า Alpha Coefficient ของ Cronbach เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยค่าที่ได้จากแบบสอบถามนี้ จริยธรรม ผู้แทนขาย เท่ากับ .823 กลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ เท่ากับ .878 คุณภาพความสัมพันธ์ .875

สรุปผลการวิจัย

ค่าสถิติประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบจำลองสมการ โครงสร้างก่อนการปรับปรุงตัวแบบพบว่าค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (chi-square probability level) ไม่นับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.103 \geq 0.05$) GFI = 0.992, AGFI = 0.967, NFI = 0.990, IFI = 0.997, CFI = 0.997, RMR = 0.007, RMSEA = 0.026 จึงสรุปได้ว่า ตัวแบบจำลองสมการ โครงสร้าง มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์หาค่าประจักษ์ยืนยันของโมเดลองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดสัมพันธ์ จริยธรรม ผู้แทนขายที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องคุณภาพสัมพันธ์และการศึกษาเจาะลึกถึงจริยธรรมผู้แทนขาย และการตลาดสัมพันธ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่ได้รับการเผยแพร่มากเท่าที่ควรประกอบกับงานวิจัยเอกสารดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นที่ควรมีการศึกษาวิจัยต่อขอต่อไปในส่วนที่เกี่ยวกับจริยธรรมผู้แทนขาย การตลาดสัมพันธ์ และคุณภาพสัมพันธ์ ดังเช่นแนวทางการวิจัยในประเด็นต่อไปนี้

1. ความชัดเจนเกี่ยวกับจริยธรรมนักการตลาด ที่สามารถอธิบายถึงความเป็นนักการตลาดพึงมีได้อย่างชัดเจน
2. ศึกษาองค์ประกอบของจริยธรรมนักการตลาด การตลาดสัมพันธ์ ในธุรกิจประเภทอื่นๆที่มีความเหมาะสมลงตัวกับคุณภาพสัมพันธ์อันก่อให้เกิดประโยชน์ทางการตลาด
3. ศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของแบบจำลองสมการ โครงสร้างในรูปแบบต่างๆโดยมีทฤษฎีที่ทันสมัยในปัจจุบันมารองรับให้เกิดเป็นแนวทางการบริหารงานในธุรกิจประเภทต่างๆที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพสัมพันธ์เข้ามามีบูรณาการ

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือของ ดร.ปริญ ลักขิตามาศ อาจารย์ที่ปรึกษาคุณุณิพนธ์ซึ่งได้ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะและความช่วยเหลือจนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนวรรณ แสงสุวรรณ และกรรมการสอบคุณุณิพนธ์ รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ รองศาสตราจารย์ เพลินทิพย์ โกเมศโสภา ดร.คิสสัท ประเสริฐกุล ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ที่มีส่วนทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

อ้างอิง

- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานพยาบาล, 2552
สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2556, จาก <http://bps.ops.moph.go.th>
- Bansal, H S, Taylor, S F and James, Y. (2005), “‘Migrating’ to new service providers: toward a unifying framework of consumers’ switching behaviors”. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 33 (1), 96-115.
- Belz, Christian ; Schmitz, Christian(2007) : Womit Verkäufer zu kämpfen haben. In: **B2B Excellence Letter** 6, 9-13.
- Wilson,Liz (1993,October/November) The quality Measure is Customer Opinion **Journal for Quality & Participation** 12-14
- Čater, T. and B. Čater (2010) Product and relationship quality influence on customer commitment and loyalty in B2B manufacturing relationships. **Industrial Marketing Management**. 39(8):1321-1333.

De Wulf, K., Oderkerken-Schröder, G., & Iacobucci, D. (2001). Investment in consumer relationships:

Across-country and cross-industry exploration. **Journal of Marketing**. 65: 33–50.

Diamantopoulos, A. and Siguaw, J.A. (2000), **Introducing LISREL**. London: Sage Publications.

Hansen, J.D., and R. J. Riggle (2009), “Ethical salesperson behavior in sales relationships, **Journal of**

Personal Selling & Sales Management. 29(2):151-166

Peng LY, Wang Q. (2006). **Impact of Relationship Marketing Tactics (RMTs) on Switchers and Stayers**

in a Competitive Service Industry. **J. Mark. Manage.**, 22: 25-59.

Roman, S. & S. Ruiz 2005. Relationship outcomes of perceived ethical sales behavior: the customers

perspective. **Journal of Business Research**. 58: 439-445

Sexe, Weitz. (1982, August). A Measure of the Customer Orientation of Salespeople: **Journal of Marketing**

Research. 19(3):343-351

Veloutsou, C., Saren, M. and Tzokas, N. (2002). “Relationship marketing what if...?”, **European Journal of**

marketing. 36(4):433-449.

**เปรียบเทียบความคาดหวังการให้บริการสายการบินของประเทศเกาหลีใต้ที่เปิดให้บริการ
ในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน)-โคเรียนแอร์**

**THE COMPARISON OF EXPECTATION TOWARD AIRLINES SERVICE
IN THAILAND CASE STUDY THAI AIRWAYS INTERNATIONAL CO.LTD -
KOREAN AIR LINES CO.LTD**

อรจิรา พงษ์หัตถ์บรรณ

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรเกาหลีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail: ornjira406@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจความคาดหวังที่ผู้โดยสารชาวไทยมีต่อสายการบินไทยและโคเรียนแอร์ 2) เพื่อทำการเปรียบเทียบความคาดหวังที่ผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อสายการบินไทยและสายการบินโคเรียนแอร์ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้โดยสาร โดยงานวิจัยนี้ได้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ซึ่งข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากบุคคลสัญชาติไทยผู้ซึ่งไม่เคยใช้บริการทั้งสายการบินไทยและสายการบินโคเรียนแอร์มาก่อน จำนวน 7 คน และข้อมูลทุติยภูมิได้จากการศึกษา งานวิจัย หนังสือ และข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต จากการสัมภาษณ์คาดหวังสิ่งที่บุคคลคาดหวังมาเป็นอันดับแรกคือในเรื่องของการให้บริการผู้โดยสาร รองลงมาคือ ความตรงต่อเวลา

คำสำคัญ: ความคาดหวัง สายการบินไทย โคเรียนแอร์ สวอท

ABSTRACT

This research aims to 1) To explore the expectation of Thai people towards airlines of Thai Airways and Korean Air 2) To comparatively study the expectation of Thai people between Thai Airways and Korean Air 3) To study the factors the expectation of Thai Airways and Korean Air. This research utilized primary data and secondary data, primary data acquired data from Thai interviewees 7, who has never travelled overseas by Thai Airways and Korean Air, by interview and secondary data from research books and internet. This research study about the factors the expectation between Thai Airways and Korean Air because we would like to compare people's expectations between both travelling by plane customer service is very important and second point is punctuality.

KEYWORDS: Expectation Thai Airways Korean Air SWOT

บทนำ

ในปัจจุบันการเดินทางโดยเครื่องบินเป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะเป็นการเดินทางที่ปลอดภัยและมีความรวดเร็วประหยัดเวลาในการเดินทาง ในขณะนี้การแข่งขันเรื่องธุรกิจการบินมีสูงมาก ทั้งสายการบินของไทยเองหรือสายการบินต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นสายการบินไทย สายการบินเกาหลี สายการบินญี่ปุ่น หรือจีน เป็นต้น ซึ่งมีการให้บริการที่เต็มรูปแบบหรือสายการบินต้นทุนต่ำที่เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สายการบินต่างพยายามแสดงถึงจุดแข็งของตนเองเพื่อดึงดูดผู้โดยสารเป็นการสร้างโอกาสและทางเลือกให้แก่ผู้โดยสาร ทำให้เกิดความหลากหลายในการตัดสินใจเลือกเดินทางโดยเครื่องบิน

งานวิจัยฉบับนี้จะการศึกษาถึงความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสายการบินไทยและสายการบินโคเรียนแอร์ เนื่องจากเป็นสองสายการบินประจำชาติของประเทศไทยและประเทศเกาหลีได้อีกทั้งยังได้รับรองคุณภาพการประกอบการมากมายรวมไปถึงในเรื่องความปลอดภัยและเรื่องความตรงต่อเวลาทำให้ผู้โดยสารมีความมั่นใจในการใช้บริการ ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของทั้งสองสายการบินและทั้งสองสายการบินยังมีเที่ยวบินที่บินตรงจากกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย สู่กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ เป็นการประหยัดเวลาการเดินทางของนักท่องเที่ยวอีกด้วย อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้เป็นจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ตามสถิติในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ 395,984 คนเพิ่มขึ้นร้อยละ 28 จากปี 2554 มากเป็นอันดับที่ 5 หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปประเทศเกาหลีทั้งหมด (<http://www.thaiembassy.org/>, 2013) เนื่องจากนี้การเดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นไม่ต้องใช้วีซ่าหากอยู่ไม่เกิน 90 วัน ทำให้ง่ายต่อการเดินทาง นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลีที่เข้ามามีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งอาจเดินทางไปเพราะ การตามรอยละครเกาหลี ศิลปิน รวมไปถึงนักเรียนที่ไปเรียนต่อที่ประเทศเกาหลีใต้ แรงงาน และนักธุรกิจ เป็นต้น นักท่องเที่ยวมีเหตุผลมากมายในการเดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ แต่ก่อนที่ผู้โดยสารจะเลือกสายการบินนั้นอะไรเป็นสิ่งที่พวกเขาเหล่านั้นคาดหวังก่อนการให้บริการจริง และสายการบินนั้นสามารถตอบสนองถึงความต้องการของผู้โดยสารได้หรือไม่เป็นสิ่งที่การศึกษาต่อไป

ในงานวิจัยฉบับนี้สนใจว่าจะอะไรคือปัจจัยที่ทำให้บุคคลเหล่านั้นคาดหวังสิ่งต่างๆจากสายการบิน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ไม่ว่าจะเป็น การให้บริการ ความสะอาดสบาย ความตรงต่อเวลา หรืออื่นๆที่ถูกสัมภาษณ์คาดหวัง และสิ่งที่คาดหวังจากสายการบินไทยและโคเรียนแอร์ ผู้บริโภคคาดหวังเป็นสิ่งที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันจากทั้งสองสายการบินเพราะทั้งสองสายการบินนั้นมีสัญชาติที่แตกต่างกันจะส่งผลถึงความคาดหวังหรือไม่

ในปัจจุบันการเผยแพร่ข่าวสารของสายการบินนั้นสามารถทำได้ง่ายขึ้นเพราะมีช่องทางทางออนไลน์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลและติดต่อสื่อสาร เพื่อนำมาแลกเปลี่ยนและศึกษาเพื่อประกอบการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นทางทวิตเตอร์หรือเฟสบุ๊ก ที่สายการบินนั้นนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆและกิจกรรมดีๆของสายการบิน ถึงแม้ว่าสายการบิน โคเรียนแอร์ จะไม่มีภาษาไทยหน้าเว็บไซต์ก็ตาม(<https://www.koreanair.com/global/en.html>: 2014) แต่ทั้งนี้สายการบินโคเรียนแอร์มีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่เป็นชาวไทยที่ให้บริการ เพื่อสร้างความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวไทย

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคาดหวังที่ผู้โดยสารชาวไทยมีต่อสายการบินไทยและโคเรียนแอร์
2. เพื่อทำการเปรียบเทียบความคาดหวังที่ผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อสายการบินไทยและโคเรียนแอร์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้โดยสาร

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

งานวิจัยฉบับนี้ประกอบไปด้วย 2 ทฤษฎีคือ ทฤษฎีความคาดหวังของ Victor H. Vroom และทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคของ Kotlor and Armstrong โดยจะกล่าวต่อไป

Victor H. Vroom ได้นำเสนอแนวความคิดความคาดหวังหรือเรียกอีกชื่อว่า ทฤษฎี VIE (Vroom 1964 อ้างใน Richard M. Steers and Lyman W. Proter: 1975 และ ฉันทน์ริ สมิตร์: 2554) โดยกล่าวว่า V คือ ความพึงพอใจ I คือ สื่อเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ และ E คือ ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ ที่มีความคาดหวังและความต้องการที่หลากหลาย

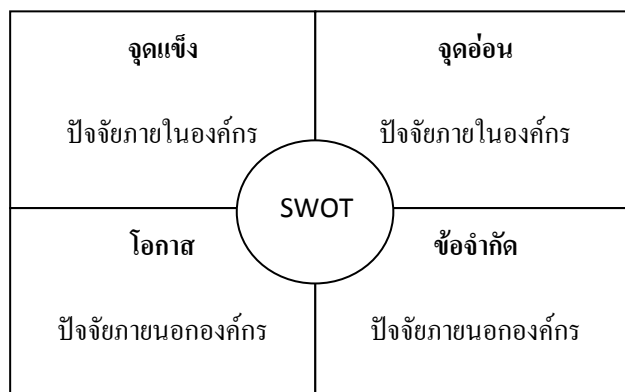
นอกจากนี้ได้นำเสนอแนวความคิดว่าบุคคลจะพิจารณาทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่โดยจะเลือกทางเลือกที่คาดว่าจะนำไปสู่ผลตอบแทน หรือรางวัลที่ต้องการมากที่สุดและส่งผลเสียน้อยที่สุด ทฤษฎีนี้ได้คาดว่า บุคคลแต่ละคนจะเลือกทางเลือกที่มีผลตอบแทนสูงที่สุด ซึ่งนำทฤษฎีนี้มาวิเคราะห์ถึงสิ่งที่บุคคลคาดหวังสูงสุดที่มีต่อสายการบินและอะไรคือสิ่งที่บุคคลคาดหวังจากสายการบินมากที่สุดและรองลงมา ซึ่งในแต่ละบุคคลต่างมีสิ่งที่คาดหวังและความต้องการที่หลากหลาย สายการบินจะสามารถตอบสนองสิ่งที่บุคคลคาดหวังได้หรือไม่

ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคของ (Kotlor and Armstrong: 2012) ได้เสนอถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคซึ่งมี 4 ปัจจัยคือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างไทยกับเกาหลีได้ส่งผลต่อความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสายการบินทั้งสองหรือไม่ ปัจจัยทางสังคมไม่ว่าจะเป็นสังคม คนในครอบครัว ส่งผลต่อแนวความคิดความคาดหวัง ปัจจัยส่วนบุคคลเช่น อายุ เพศ สถานะทางสังคม เป็นต้น และปัจจัยทางจิตวิทยา ภาพลักษณ์ที่คนภายนอกมองในตัวเองหรือสินค้ามีลักษณะอย่างไรสามารถตอบสนองเราได้หรือไม่ การนำทฤษฎีนี้มาอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังต่อสายการบินของบุคคลที่ถูกสัมภาษณ์ เพราะบุคคลมีลักษณะและพฤติกรรมที่ต่างกันไปจึงนำทฤษฎีนี้มาศึกษาถึงพฤติกรรม

ลักษณะความคาดหวังที่มีผลต่อการให้บริการหรือการท่องเที่ยว ของ Parasuraman and Zeithaml, 1990 (อ้างอิงใน ทศตะวัน ค่วนตระกูล, 2554.) ได้นำเสนอปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังคือ 1. ความคาดหวังที่เกิดจากคำบอกเล่าปากต่อปาก 2. ความคาดหวังที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ 3. ความคาดหวังที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต 4. ความคาดหวังที่เกิดจากการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ โดยนำเสนอปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังมาศึกษาเพราะ การรับรู้ที่ต่างกันทำให้เกิดความคาดหวังที่ต่างกันไป อีกทั้งเป็นการกำหนดคุณภาพที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง

อย่างไรก็ตามเราได้้นำการวิเคราะห์ของ SWOT โมเดลของ Albert S Humphrey เข้ามาศึกษาวิเคราะห์ซึ่ง SWOT นั้นย่อมาจาก Strengths คือจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ Weakness คือจุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ Opportunity คือโอกาสที่จะดำเนินการได้ และ Threats คือ อุปสรรคหรือข้อจำกัด และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หา

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดขององค์กร ที่ส่งผลต่อความคาดหวังและนำผลมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังของทั้งสองสายการบิน



ภาพประกอบที่ 1 กรอบงานวิจัย

ในส่วนของ SWOT จุดแข็งของทั้งการบินไทยและโคเรียนแอร์คือการที่เป็นสายการบินประจำชาติ เมื่อพูดถึงสายการบินประจำแต่ละชาติคนจะนึกถึงทั้งสองสายการบินเป็นอันดับแรก และเอกลักษณ์การต้อนรับของทั้งสองสายการบิน การบินไทยจะต้อนรับผู้โดยสารโดยการไหว้ ต่างจากโคเรียนแอร์ที่ใช้การโค้งแบบฉบับเกาหลีในการทักทายผู้โดยสารเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้โดยสารเมื่อเดินเข้าสู่ตัวเครื่องบิน ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างจากสายการบินไทยซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยจะได้ประสบการณ์ที่มีความแปลกใหม่และไม่เคยเจอมาก่อน ด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือในเรื่องของอาหารสายการบินโคเรียนก็มีอาหารเกาหลีให้บริการสำหรับผู้โดยสารที่สนใจลองรับสิ่งที่แปลกใหม่อีกทั้งสายการบินโคเรียนแอร์มีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่เป็นชาวไทยที่คอยให้บริการบนเครื่องบินหากผู้โดยสารมีปัญหาหรือต้องการสอบถามคำถามสามารถติดต่อพูดคุยได้กับพนักงานต้อนรับชาวไทย

จุดอ่อน: สายการบินโคเรียนแอร์นั้นในเว็บไซต์ไม่มีภาษาไทยซึ่งอาจเป็นอุปสรรคทางด้านภาษาต่อผู้ที่สนใจจะเข้าไปหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

สายการบินไทยด้วยภาพลักษณ์ของการบินไทยที่อาจมีข่าวออกไม่ค่อยดีนักหรืออุบัติเหตุ สร้างความไม่มั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่กำลังจะเดินทาง เพราะข่าวตามสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุและบนอินเทอร์เน็ตนั้น ได้สร้างภาพลักษณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือต่อองค์กรเป็นสิ่งที่สายการบินไทยควรปรับปรุงและพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการต่อผู้โดยสารและระมัดระวังให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเรียกความมั่นใจและความน่าเชื่อถือต่อองค์กรกลับคืน

โอกาส: สายการบินโคเรียนแอร์และสายการบินไทย ด้วยในขณะนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปประเทศเกาหลีได้เป็นจำนวนมาก เป็นโอกาสที่ดีที่ทั้งสองสายการบินบินโคเรียนแอร์และสายการบินไทย จะพัฒนาองค์กร สร้างจุดเด่นและแรงดึงดูดต่อผู้ที่สนใจเพราะในปัจจุบันมีสายการบินเกิดขึ้นมากมายและมีเส้นทางบินไปยังประเทศเกาหลีได้ และพัฒนาบุคลากรเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ที่สนใจจะเดินทางโดยเครื่องบินและสร้างบรรยากาศการเดินทางที่สุดพิเศษแก่ผู้โดยสารและผู้สนใจเพื่อดึงดูดและเพื่อสร้างภาพลักษณ์อันดีให้องค์กร

ข้อจำกัด: ข้อจำกัดของสายการบิน โคเรียนแอร์และสายการบินไทยคือ ข่าวดังเครื่องบินตกหรืออุบัติเหตุทางเครื่องบินที่ไม่ได้มาจากสายการบิน เป็นการสร้างความหวาดกลัวให้กับผู้ที่คิดจะเดินทางโดยเครื่องบิน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีการใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการเก็บแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากบุคคลทั่วไปสัญชาติไทยจำนวน 7 คน ซึ่งไม่เคยใช้บริการทั้งสายการบินไทยและสายการบินโคเรียนแอร์เป็นการสัมภาษณ์ถึงความคาดหวัง เป็นการสอบถามความสะดวกและนัดสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงต่อผู้สัมภาษณ์ 1 คน เพื่อทำการเปรียบเทียบความคาดหวังที่มีต่อสายการบินไทยและโคเรียนแอร์ เมื่อได้ผลการสัมภาษณ์จึงนำมาวิเคราะห์หว่าอะไรคือสิ่งที่บุคคลคาดหวังจากสายการบินและสายการบินสามารถตอบสนองได้อย่างที่บุคคลคาดหวังหรือไม่

ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งศึกษาจาก งานวิจัย หนังสือ และข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาประกอบงานวิจัยและศึกษาเพิ่มเติม

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยจากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ถึงสิ่งที่คาดหวังว่ามีอะไรบ้างปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวัง สิ่งที่คาดหวังเป็นสิ่งแรกคือการให้บริการด้านความปลอดภัยของการโดยสาร ถึงแม้ว่าการเดินทางด้วยเครื่องบินเป็นการเดินทางที่ปลอดภัยที่สุด แต่เกิดอุบัติเหตุก็สามารถสร้างผลเสียที่ร้ายแรง ผู้ถูกสัมภาษณ์จึงคาดหวังถึงความปลอดภัยเป็นสิ่งแรกไม่ว่าจะอยู่ในปัจจัยใดก็ตาม

สองการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ยิ่งราคาตั๋วโดยสารมีราคาแพงมากเท่าไรก็จะเกิดความคาดหวังมากขึ้นเท่านั้นว่าจะได้รับการบริการที่น่าพึงพอใจและประทับใจ การให้บริการเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสารและถือว่ามีความสำคัญมากเพราะถ้าผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจในการให้บริการตามที่คาดหวังหรือเกินที่คาดหวังไว้ ครั้งต่อไปมีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้งและนำเรื่องราวดีๆไปบอกต่อถือเป็นการโฆษณาให้สายการบินไปในตัว

สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตบนเครื่องบิน เบาะที่นั่ง ผ้าห่ม หูฟัง รวมไปถึงอาหารและเครื่องดื่ม เพราะการเดินทางในบางครั้งกินระยะเวลาที่นานอาจทำให้ผู้โดยสารบางส่วนเกิดความเบื่อหน่าย บุคคลจึงคาดหวังถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับจากสายการบิน ลักษณะเดียวกับการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ด้วยราคาตั๋วโดยสารแพงขึ้นตามระดับชั้นที่นั่งมากเท่าใด ความคาดหวังถึงเรื่องความสะดวกสบายจึงมีมากเท่านั้น

ในส่วนของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความคาดหวังเช่นกันไม่ว่าจะในด้านวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา

ปัจจัยทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความคาดหวังในเรื่องการรับบริการที่แตกต่างจากทั้งสองสายการบิน วัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมเกาหลี บุคคลคาดหวังสิ่งที่แตกต่างจากสายการบินโคเรียนแอร์ เพราะเป็นสิ่งที่ไม่ค่อยได้พบเจอในชีวิตประจำวันแบบแตกต่างออกไป ทำให้บุคคลเกิดความคาดหวังในสิ่งที่จะได้รับจากสายการบิน

ปัจจัยทางสังคม เพื่อนหรือครอบครัวเองก็ส่งผลต่อความคาดหวัง เพราะเมื่อมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเกิดขึ้นระหว่างคนในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อน แต่ละคนก็จะได้รับข้อมูลมาจากแหล่งต่างๆ หรือจากประสบการณ์ตรงจากคนรอบข้าง นอกจากนี้ข้อมูลของสายการบินไทยนั้นหาได้ง่ายตามบทอินเตอร์เน็ตที่มีคนมีตั้งกระทู้วิพากษ์วิจารณ์การให้บริการและสิ่งที่ได้รับจากการให้บริการทำให้ผู้ที่รับรู้ข่าวสารเกิดความคิดที่มีต่อสายการบินแตกต่างกันทำให้เกิดความคาดหวังที่แตกต่างกัน

ปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความคาดหวังเนื่องจากภาพลักษณ์ของสายการบินแต่ละสายนั้นมีความแตกต่างกันการได้รับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างก็เช่นเดียวกัน ทำให้เกิดความคาดหวังที่แตกต่างเนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นคนไทยเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ดีขึ้นกับสายการบินมักรับรู้ข่าวสารได้เร็วกว่าชาวต่างชาติเกี่ยวกับสายการบินต่างชาติ

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลที่ได้การคาดหวังที่ได้กับความเป็นจริงที่สายการบินได้ให้บริการคือ การให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความแตกต่างกันตามระดับของชั้นที่นั่งถ้าชั้นที่นั่งมีราคาแพงการบริการจะมีความน่าประทับใจและใส่ใจในการให้บริการมากกว่าชั้นที่นั่งที่มีราคาถูกกว่า หรือเครื่องมือสร้างความสะดวกสบายก็เช่นเดียวกัน เบาะที่นั่งของผู้โดยสารก็มีความแตกต่างกันไปตามระดับชั้นและราคาของตั๋วโดยสารตัวอย่างเช่นในชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของการบินไทยนั้นเบาะที่นั่งสามารถปรับเอนเป็นเตียงนอนได้ถึง 180 องศาซึ่งในชั้นประหยัดไม่มี แต่ในบางครั้งการให้บริการที่ไม่เต็มที่ของพนักงานต้อนรับและการแสดงท่าทีต่อผู้โดยสารในชั้นประหยัดก็สร้างความไม่พอใจให้แก่ผู้โดยสารและพูดออกไปถึงการให้บริการที่ไม่น่าพึงพอใจและไม่เป็นไปตามที่ผู้โดยสารได้คาดหวังไว้ ดังนั้นสายการบินควรปรับปรุงและพัฒนาในส่วนของบริการให้มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นผู้โดยสารที่นั่งชั้นไหนควรให้บริการให้เหมาะสมและการแสดงกริยาท่าทางก็เช่นเดียวกัน

ด้านการให้บริการอื่นๆที่สายการบินมีให้แก่ผู้โดยสารไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความสะดวกสบายในการเช็คอินที่สามารถทำออนไลน์ได้ทางเว็บไซต์ หรือทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือบริการทางด้าน WIFI ที่สามารถใช้ได้บนเครื่องบินไม่ว่าจะนั่งในราคาใดก็ตาม

หมายเหตุ

1. จำนวนสัมภาษณ์ 6 คนเป็นจำนวนที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำในการทำสัมภาษณ์เชิงลึก
2. อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำให้ทำการสัมภาษณ์จากบุคคลที่ไม่เคยใช้บริการมาก่อนเพื่อศึกษาถึงความคาดหวังจากบุคคลที่ไม่เคยใช้บริการทั้งสองสายการบิน

เอกสารอ้างอิง

การบินไทย. 2014. Retrieved August 11, 2014 from: [HTTP://WWW.THAIAIRWAYS.COM/](http://www.thaiairways.com/)

โคเรียนแอร์. 2014. Retrieved August 11, 2014 from:

[HTTPS://WWW.KOREANAIR.COM/GLOBAL/EN.HTML](https://www.koreanair.com/global/en.html)

ณัฐริ สมิตร. 2554. “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

อำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน” วิทยานิพนธ์สาขา วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

ทัศนะวัน ค่วนตระกูล. 2554. “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์สาขา ศึกษาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศรัณยพงศ์ เทียวธรรม. 2009. “ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ” **Customer and Market Focus**. Retrieved November 11, 2014 from

http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/83/40-43.pdf

Business information center: 2013, September 3 “Business information center”. Retrieved September 1, 2014

from: <HTTP://WWW.THAIEMBASSY.ORG/SEOUL/TH/BUSINESS/38613-การท่องเที่ยวในเกาหลีใต้.HTML>

Dhitiya Boonsinsukh. 2011. “Determinants of Korean consumer’s behavior in purchasing luxury brand name products”. The thesis of Master of Arts Program in Korean studies. Chulalongkorn University

Paniyada Mulalin. 2011. “Koreans’ behavior toward online shopping a case study of Gmarket.co.kr”. The thesis of Master of Arts Program in Korean studies. Chulalongkorn University.

Philip Kotler and Gary Armstrong: 2012. **Principles of Marketing**. (14th Edition) Pearson Education.

Richard M. Steers and Lyman W. Proter: 1975. **Motive and Work Behavior**. (4th Edition) McGRAW-HILL INTERNATIONAL EDITIONS.

Suvarnabhumi Airport: 2011 “Contact information”. Retrieved September 1, 2014. from:

<http://suvarnabhumiairport.com/en/205-contact-info>

SWOT: 2011, November 21. Retrieved September 1, 2014 from:

HTTP://WWW.MINDTOOLS.COM/PAGES/ARTICLE/NEWTMC_05.HTM

Victor H. Vroom: 1967. **Work and Motivation** (Third Edition). John Wiley & Sons, Inc.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศรัณยพงศ์ เทียวธรรม. 2009. “ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ” **Customer and Market Focus**. Retrieved November 11, 2014 from

http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/83/40-43.pdf

ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวสุรีย์รัตน์ สะตะ

สาขาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : Surcerut.sa@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ วิธีวิจัยดำเนินการโดยรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร 5 แห่ง จำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ t – test , F – test และการทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD และหาผลกระทบโดยการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย ชี้ให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นอันดับหนึ่งคือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อันดับสอง คือ มหาวิทยาลัยรังสิต ช่องทางการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ จากเพื่อน รองลงมา คือจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ปัจจัยที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด คือ อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย รองลงมาเป็น ชื่อเสียงด้านวิชาการ มหาวิทยาลัยเอกชนที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อันดับสอง คือ มหาวิทยาลัยรังสิต ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการตระหนักรู้ต่อตราสินค้า การกักตุนตราสินค้า และการเชื่อมโยงกับตราสินค้า ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: คุณค่าตราสินค้า, ภาพลักษณ์, มหาวิทยาลัยเอกชน

ABSTRACT

This study concerns the image of private universities and all affecting factors. Research methodology employed data collection via questionnaire. The sample of 400 students from 5 private universities in Bangkok was used. The descriptive statistics were used for the analysis, namely frequency, percentage, mean and the standard deviation. The quantitative analysis was made by using the T - test, F - test and Test average pairwise differences using LSD and influence test by Multiple Regression Analysis.

The results showed that the highest image of the private universities in Bangkok belongs to Bangkok University, the second is Rangsit University. The most perception channel for private universities in Bangkok are from friends, followed by media. The strong image promoting factor of private universities in Bangkok is

the modern learning facilities, following with its academic reputation. The most wellknown private university in Bangkok are also Bangkok University and Rangsit University respectively. Student opinion on the brand awareness, brand loyalty, and brand associations of brand private universities in Bangkok is rated at high level.

KEYWORDS: brand equity, brand image, private universities

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาของไทย ทั้งส่วนพื้นฐานและอุดมศึกษาได้เริ่มปรับเปลี่ยนช่วงเวลาการเปิดเทอมเพื่อให้สอดคล้องกับประเทศอื่นๆในอาเซียนอย่างชัดเจนซึ่งกระทรวงศึกษาธิการได้มีประกาศให้โรงเรียนในระดับการศึกษาพื้นฐานทั่วประเทศปรับเปลี่ยนการเปิดเทอมแรกจากเดิมช่วงเดือนพฤษภาคมไปเป็นต้นเดือนมิถุนายน เริ่มปีการศึกษา 2557 เป็นต้นไป

ในระดับอุดมศึกษานั้นมหาวิทยาลัยในกลุ่มเครือข่ายที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) ได้มีการปรับการเปิดภาคการศึกษาแรกจากเดือนมิถุนายนไปเป็นช่วงสองสัปดาห์แรกของเดือนสิงหาคม การปรับเปลี่ยนเช่นนี้มีผลให้ช่วงเวลาการรับสมัครนักเรียนและนักศึกษาเข้ามหาวิทยาลัยกระจายไปตลอดทั้งปีการศึกษา ผลดีของการปรับเปลี่ยนภาคการศึกษา ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนนักศึกษาและอาจารย์ในภูมิภาคนี้ กว้างขวางขึ้นอีกทั้งยังจะมีผลทำให้การพัฒนามาตรฐานสูงขึ้นและการเทียบโอนรายวิชาก็สามารถทำได้อย่างสะดวกขึ้นอีกเช่นกัน

ดังนั้นเพื่อเป็นการตอกย้ำว่าการศึกษาของไทยเราจะต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวสู่มาตรฐานใหม่แห่งภูมิภาคในโลกยุคใหม่ ที่การศึกษาจะเป็นตัวชี้วัดความเจริญก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง เราจะต้องปรับคุณภาพมาตรฐานของการจัดสอบในระบบกลางของประเทศให้เป็นที่ยอมรับและนำไปใช้ในการคัดเลือกนักศึกษาของมหาวิทยาลัยต่างๆรวมถึงการเป็นที่ยอมรับในมาตรฐานการวัด, การประเมินผล, การเทียบแทนหรือเทียบเท่าเกณฑ์การวัดทั้งในส่วนความรู้ความสามารถหรือทักษะในการคิดวิเคราะห์ให้ได้มาตรฐานที่ประเทศอาเซียนทั้งหลายยอมรับโดยทั่วกันเพื่อจะได้พิจารณารับนักศึกษานานาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการเคลื่อนย้ายแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างสถาบันอุดมศึกษาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน เมื่อทุกภาคส่วนในประเทศมีความตื่นตัวในการปรับตัวให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากการรวมตัวเป็น "ประชาคมอาเซียน" ในอีกสองปีข้างหน้าโดยเฉพาะภาครัฐบาลและธุรกิจเอกชนในทุกๆด้านแล้วสถาบันการศึกษาซึ่งควรจะเป็นแกนนำแห่งการผลักดันให้เกิดการปรับตัวให้ทันกับการเพิ่มพลวัตของภูมิภาคก็ย่อมจะต้องเร่งรัดการยกระดับของตนเองอย่างถึกคักเช่นกัน

สถาบันอุดมศึกษามีความจำเป็นอย่างมากในการปรับบทบาท หรือปรับภารกิจที่สำคัญให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของประเทศ เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่มุ่งเน้นการให้ประชาชนมีการศึกษาเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาบุคลากร ซึ่งเป็นกำลังในการพัฒนาชาติ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันของสถาบันอุดมศึกษามากขึ้นตามมา โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาของเอกชน จึงทำให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนต้องมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นที่ยอมรับสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

(เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. May - June 2009.) จากสภาพการณ์ปัจจุบัน การสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ถือเป็นเรื่องสำคัญไม่น้อยไปกว่าการออกแบบหลักสูตรให้ตรงความต้องการของตลาดแรงงาน ความต้องการของนักศึกษา การมีคณาจารย์ที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับนับถือ ตัวอาคารสถานที่ และกิจกรรมเสริมหลักสูตรต่าง ๆ เพราะภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแต่ละสถาบันแตกต่างกันออกไป มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีแบรนด์แข็งแกร่ง หรือมีภาพลักษณ์ดี ย่อมได้เปรียบในเรื่องการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมปลายในปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดร.เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม (งานวิจัย, 2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคิของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร : กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเอกชน ภาคปกติ และภาคพิเศษ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สรุปผลการวิจัยเรื่อง ทักษะคิของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร นักศึกษามีทักษะคิต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดี ทั้งนี้เนื่องจากในภาพรวมนั้นมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างมาก ด้านชื่อเสียง พบว่านักศึกษามีทักษะคิต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ด้านชื่อเสียง อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ ด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเอกชนยังไม่ดีพอ ด้านอาจารย์ผู้สอน พบว่า นักศึกษามีทักษะคิต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ด้านอาจารย์ผู้สอน อยู่ในระดับปานกลาง

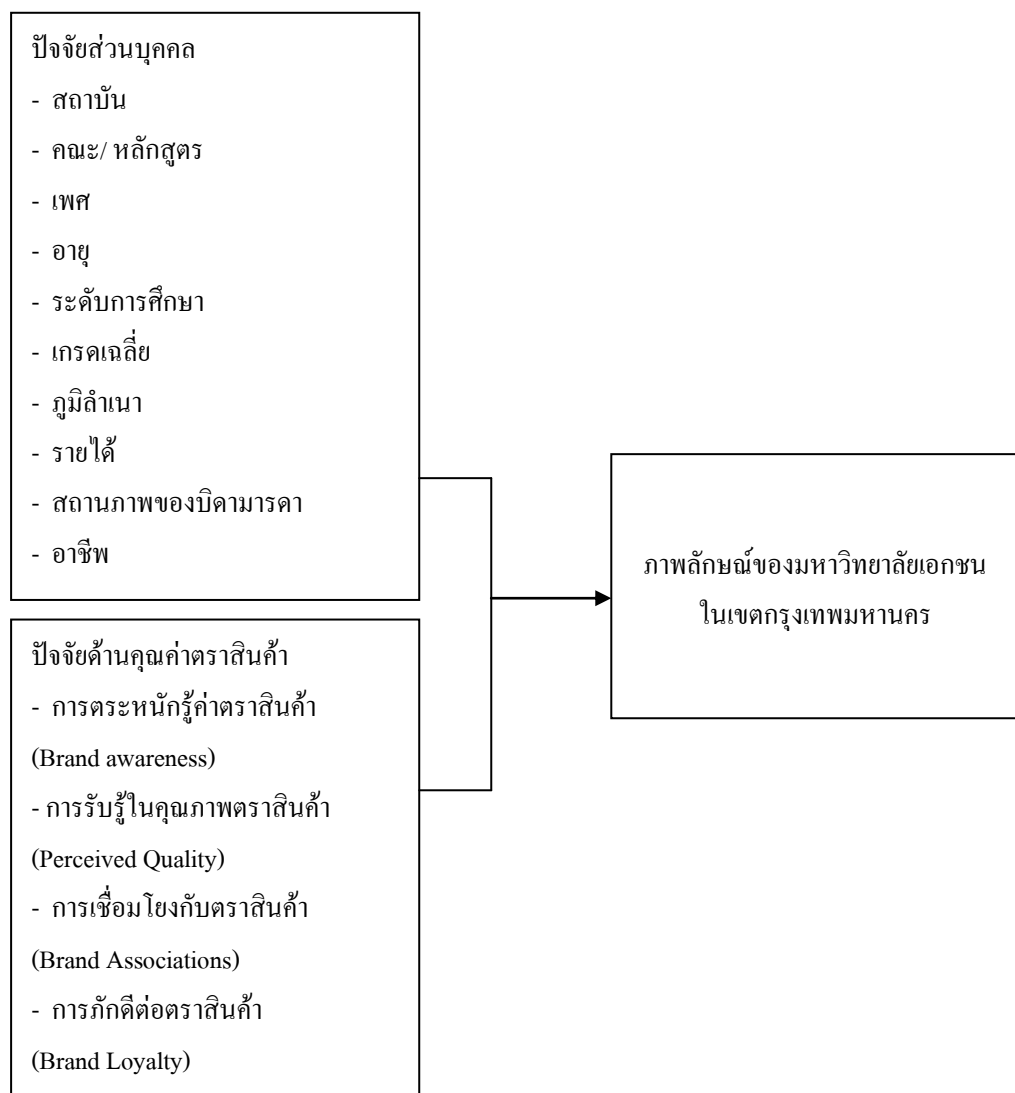
มัตติกร ใจสุชาติ (วิทยานิพนธ์, 2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวัดคุณค่าตราสินค้ามหาวิทยาลัยเอกชนในมุมมองของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ปกครอง และผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงคุณค่าตราสินค้าของมหาวิทยาลัยเอกชนในมุมมองของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ปกครอง และผู้ประกอบการธุรกิจ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวม 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยายและสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One - Way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยค่าสถิติ Sheffe และ LSD เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณค่าตราสินค้าของมหาวิทยาลัยเอกชนแต่ละแห่งและความแตกต่างในแต่ละกลุ่มผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่าด้านการรับรู้เรื่องราวของมหาวิทยาลัยเอกชนผ่านสื่อต่างๆ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์สื่ออินเทอร์เน็ตโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และเพื่อน / รุ่นพี่มากที่สุดคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) มหาวิทยาลัยเอกชนมีความแตกต่างกันในแต่ละมหาวิทยาลัยสามารถเรียงลำดับได้ 4 ลำดับคือ 1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญและมหาวิทยาลัยรังสิต 3) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 4) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าด้านการรู้จักราคาตราสินค้า (Brand Awareness) มหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มตัวอย่างมีการรู้จักราคาตราสินค้าแตกต่างกันในแต่ละมหาวิทยาลัยสามารถเรียงลำดับได้ 4 ลำดับคือ 1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2) มหาวิทยาลัยรังสิต 3) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญและมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

4) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตด้านความคิดเชื่อมโยงเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand Association) มหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเชื่อมโยงเกี่ยวกับตราสินค้าแตกต่างกันในแต่ละมหาวิทยาลัย สามารถเรียงลำดับได้ 3 ลำดับคือ 1) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญและมหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 3) มหาวิทยาลัยรังสิตด้านคุณภาพที่ถูกรับรู้ (Perceived Quality) มหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มตัวอย่างมีคุณภาพที่ถูกรับรู้แตกต่างกันในแต่ละมหาวิทยาลัยสามารถเรียงลำดับได้ 3 ลำดับคือ 1) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 2) มหาวิทยาลัยกรุงเทพและมหาวิทยาลัยรังสิต 3) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต นอกจากนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบและมีความคิดเห็นว่ามีมหาวิทยาลัยเอกชนทั้ง 5 แห่ง สามารถตอบสนองความคาดหวังทางการศึกษาได้ในระดับมากในด้านความตั้งใจจะเข้าศึกษาและความตั้งใจจะรับผู้จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัย 5 แห่งเข้าทำงานพบว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าอาจจะเลือกเข้าศึกษาต่อหรือรับเข้าทำงาน

กรอบแนวคิด

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าต่างกันมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 2.1 การรู้จักตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 2.2 การรับรู้ในคุณภาพตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 2.3 การเชื่อมโยงกับตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 2.4 การภักดีต่อตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเอกชน
3. ผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการพัฒนามหาวิทยาลัยเอกชนให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ และเกิดความศรัทธาแก่ประชาชนทั่วไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจและใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนนักศึกษาสูงสุด 5 ลำดับแรก(อ้างถึง : <http://www.mu.go.th>) ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรของ Taro Yamane (วิชิต อุ๋น, 2550 หน้า 148) ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากประชากรทั้งสิ้นประมาณ 24,098 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามนั้น แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ มีจำนวน 13 ข้อ ประกอบด้วย สถาบัน เพศ อายุ และระดับปีการศึกษาสาขาวิชาที่เรียน ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) การวัดตัวแปรเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าในด้านการรับรู้ของผู้บริโภค ตามแนวคิดของ Aaker (1991a) ประกอบด้วย การตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ความเชื่อมโยงกับตราสินค้า (Brand Association) การรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า (Perceived Quality) และความภักดีต่อตราสินค้า (Brand

Loyalty) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดสำหรับให้เสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ t - test , F - test และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD และวิเคราะห์อิทธิพลโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) ใช้วิธีการเลือกตัวแปรโดยวิธีการเลือกแบบคัดเลือกเข้า (Enter Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุมและมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตร 4 ปี ร้อยละ 97.4 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.5 และ เพศชาย ร้อยละ 36.5 มีอายุระหว่าง 20 – 22 ปี ร้อยละ 63.5 รองลงมา อายุ น้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 45.7 น้อยสุด มากกว่า 22 ปี และมีภูมิลำเนาในภาคกลาง มากสุด ร้อยละ 71.8 รองลงมา ภาคใต้ ร้อยละ 11.5 และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ น้อยสุด ภาคเหนือ ส่วนมากจะพักกับครอบครัว ร้อยละ 64.0 รองลงมา คนเดียว ร้อยละ 13.3 และ เพื่อน ร้อยละ 11.3 น้อยสุด โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 61.5 รองลงมา 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 26.0 น้อยสุด 50,000 บาท ขึ้นไป โดยมีค่าใช้จ่ายมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายส่วนตัว ร้อยละ 25.0 และเป็นค่าที่พัก ร้อยละ 20.1 อาชีพของบิดา ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจหรือค้าขาย ร้อยละ 23.8 รองลงมา ข้าราชการ ร้อยละ 23.8 และ อาชีพอิสระ และ อาชีพของมารดา มากสุด คือ เจ้าของธุรกิจหรือค้าขาย ร้อยละ 33.7 รองลงมา แม่บ้าน ร้อยละ 27.4 และ ข้าราชการ โดยมีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 30,000 บาท มากสุด จำนวน 125 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.3 รองลงมา 30,000 - 40,000 บาท ร้อยละ 21.3 น้อยสุด 80,001 - 90,000 บาท สถานภาพของบิดามารดา คือ อยู่ด้วยกัน มากสุด ร้อยละ 76.3 รองลงมา แยกกันอยู่ ร้อยละ 15.0 และ เสียชีวิต ร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครพบว่า มีความคิดเห็นมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ร้อยละ 35.5 มากสุด อันดับสอง คือ มหาวิทยาลัยรังสิต ร้อยละ 43.4 มากสุดเป็นอันดับสาม คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ร้อยละ 28.3 มากสุดอันดับสี่ คือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ร้อยละ 41.4 และมากที่สุดเป็นอันดับห้า คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ร้อยละ 39.9 และช่องทางการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ จากเพื่อน ร้อยละ 31.5 รองลงมา สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่นวิทยุโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ร้อยละ 22.0 น้อยสุด จากศิษย์เก่า และมีความคิดเห็นภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย ร้อยละ 20.1 รองลงมาชื่อเสียงด้านวิชาการและ หลักสูตรหรือคณะสาขาวิชา โดยมีการระลึกถึงมหาวิทยาลัยเอกชนใน

กรุงเทพมหานครพบว่า มีการระลึกลงมหาวิทยาลัยเอกชนมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ร้อยละ 33.8 มากสุด อันดับสอง คือ มหาวิทยาลัยรังสิต ร้อยละ 38.7 มากสุดเป็นอันดับสาม คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ร้อยละ 23.4 มากสุดอันดับสี่ คือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ร้อยละ 29.0 และมากที่สุดเป็นอันดับห้า คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ร้อยละ 22.2

3. ความคิดเห็นต่อการตระหนักรู้ค่าตรารีนค้ำมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการตระหนักรู้ค่าตรารีนค้ำมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 ในรายด้าน มีการตระหนักรู้ในระดับมากที่สุด จำนวน 7 ด้าน โดยสูงสุด คือ หลักสูตรการสอนมีความทันสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาดรองลงมา ผลงานของมหาวิทยาลัย, คณาจารย์มีความรอบรู้และเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี, มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่ดี, ความสำเร็จของบัณฑิต, กระบวนการเรียนการสอนดี, สนับสนุนทุนการศึกษาและช่วยเหลือทางการเงินและบรรยากาศของมหาวิทยาลัยเอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอนและมีการตระหนักรู้ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วยมหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ได้น่าสนใจ, เจ้าหน้าที่พร้อมให้คำแนะนำปรึกษาและบริการที่ดี, สถานที่มหาวิทยาลัยตั้งสะดวกต่อการเดินทางและ ค่าธรรมเนียมทางการศึกษามีความเหมาะสมตามลำดับ

4. ความคิดเห็นต่อการรักดีต่อตรารีนค้ำมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อการรักดีต่อตรารีนค้ำมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ในรายด้าน มีการตระหนักรู้ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 โดยสูงสุด คือ คุณภาพทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยตรงกับความต้องการ รองลงมา จะแนะนำให้คนที่รู้จักมาเรียนในมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ และมีความรักดีในระดับมาก จำนวน 6 ด้าน ประกอบด้วย ในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้วพร้อมที่จะสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยในฐานะที่เป็นศิษย์เก่า, มีความรู้สึกว่ามีมหาวิทยาลัยเป็นผู้นำทางด้านวิชาการ, คิดว่าชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมีผลดีต่อการสมัครงาน, มีความพอใจต่อระบบการบริหารงานของมหาวิทยาลัย, ถ้ามีมหาวิทยาลัยอื่นมีข้อเสนอหรือทางเลือกทางการศึกษาที่ดีกว่ายืนยันที่จะเรียนในมหาวิทยาลัยนี้และเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วอยากศึกษาต่อในระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยนี้

5. การเชื่อมโยงกับตรารีนค้ำมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการเชื่อมโยงกับตรารีนค้ำมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 โดยส่วนใหญ่จะมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 43.5 รองลงมา ระดับมากที่สุด ร้อยละ 31.4 และ ระดับปานกลาง ร้อยละ 23.3 น้อยสุด ระดับน้อย

6. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านสถาบันที่ศึกษา มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบ ได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 หรือ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านคณะที่ศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ย ความแตกต่างกัน จำนวน 4 คู่ ประกอบด้วย

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สูงกว่า นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม และมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

2. นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

3. นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

4. นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุมจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สมมติฐานย่อย 1.2 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านคณะ/หลักสูตรที่ศึกษา มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบ ได้ว่า เป็นการยอมรับ H0 หรือ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านคณะ/หลักสูตรที่ศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 1.3 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบ ได้ว่า เป็นการยอมรับ H0 หรือ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่ต่างกัน มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 1.4 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบ ได้ว่า เป็นการยอมรับ H0 หรือ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุที่ต่างกัน มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 1.5 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านภูมิลำเนา มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบ ได้ว่า เป็นการยอมรับ H0 หรือ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านภูมิลำเนาที่ต่างกัน มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 1.6 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้ที่ได้รับต่อเดือนมีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบ ได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 หรือ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้ที่ได้รับต่อเดือน มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ย ความแตกต่างกัน จำนวน 5 คู่ ประกอบด้วย

1. นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทและ 40,001 - 50,000 บาท

2. นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทและ 40,001 - 50,000 บาท

3. นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทและ 40,001 - 50,000 บาทและ สูงกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป

4. นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สูงกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาทและ 50,000 บาทขึ้นไป

5. นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สูงกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป

สมมติฐานย่อย 1.7 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านสถานภาพบิดามารดามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบ ได้ว่า เป็นการยอมรับ H0 หรือ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ด้านสถานภาพบิดามารดามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ว่า ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าได้แก่การรับรู้ในคุณภาพตราสินค้า และการเชื่อมโยงกับตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยด้านการรับรู้ในคุณภาพตราสินค้า มีผลสูงสุด รองลงมา ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

1. จากการศึกษา พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครพบว่า มีความคิดเห็นมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อันดับสอง คือ มหาวิทยาลัยรังสิต อันดับสาม คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อันดับสี่ คือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม และอันดับห้า คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และช่องทางการรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ

จากเพื่อน รองลงมา สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่นวิทยุโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ และมีความคิดเห็นภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย รองลงมา ชื่อเสียงด้านวิชาการและ หลักสูตรหรือคณะสาขาวิชา โดยมีระลึกลึงมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครพบว่า มีการระลึกลึงมหาวิทยาลัยเอกชนมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อันดับสอง คือ มหาวิทยาลัยรังสิต อันดับสาม คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อันดับสี่ คือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม และอันดับห้า คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

2. จากการศึกษา พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการตระหนักคุณค่าตราสินค้ามหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครในระดับมาก โดยสูงสุด คือ หลักสูตรการสอนมีความทันสมัยและมีความคิดเห็นต่อการรักดีต่อตราสินค้ามหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครในระดับมาก โดยสูงสุด คือ คุณภาพทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยตรงกับความคาดหวัง และมีความคิดเห็นต่อการเชื่อมโยงกับตราสินค้ามหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นในระดับมาก

3. จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านสถาบันที่ศึกษา และ รายได้ที่ได้รับต่อเดือน มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ซึ่งด้านคณะที่ศึกษา พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สูงกว่า นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม และมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตและมหาวิทยาลัยศรีปทุมจะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ด้านรายได้ที่ได้รับต่อเดือน พบว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท - 30,000 บาท จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่ำกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทและ 40,001 - 50,000 บาทและ สูงกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป และนักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาท จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สูงกว่า นักศึกษารายได้ที่ได้รับต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป และปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าได้แก่การรับรู้ในคุณภาพตราสินค้า และการเชื่อมโยงกับตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยด้านการรับรู้ในคุณภาพตราสินค้า มีผลสูงสุดรองลงมา ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าด้านการรับรู้ในคุณภาพตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สูงสุด ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลมหาวิทยาลัย ควรมีการจัดการพัฒนาหลักสูตรการสอนมีความทันสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาดการส่งเสริมให้คณาจารย์และบุคลากรในมหาวิทยาลัยมีความรอบรู้และเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี ตลอดจนมีกระบวนการเรียนการสอนดี ทันสมัย มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ในการเรียนการสอน ควรให้ความสำคัญกับพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ โดยจัดการเรียนการสอนที่

ให้ผู้เรียนเป็นสำคัญ และควรพัฒนากระบวนการเรียนการสอนในปัจจุบันและรองรับหลักสูตรใหม่ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถคิด วิเคราะห์แก้ปัญหาและเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

2. ผลการศึกษา พบว่า การเชื่อมโยงกับตราสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรและองค์กรมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้นักศึกษาเกิดความมั่นใจและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารระหว่างภายในมหาวิทยาลัยและบุคคล หน่วยงานภายนอกมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ การอบรมให้ความรู้ และ กิจกรรมต่างๆ ตลอดจนการให้ข้อมูลกิจกรรมและข่าวสารภายในมหาวิทยาลัยผ่านการสื่อสารข้อมูลเครือข่ายสังคม (Social Network) เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยเอกชนเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบในแต่ละมหาวิทยาลัยเอกชนเพื่อรับทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง ที่มีสภาวะการณ์และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาความพึงพอใจและทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อผลการศึกษาจะใช้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางการบริหารจัดการภายในมหาวิทยาลัยเอกชนให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษามากยิ่งขึ้น

**การใช้สมาร์ทโฟนสามงึกับการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน
บริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร**
**3G SMARTPHONE USAGE INCREASES WORK EFFICIENCY
OF INSURANCE EMPLOYEES IN BANGKOK**

มกรณ บาลทิพย์

นักศึกษาปริญญาโท คณะบัณฑิตวิทยาลัย เอกการตลาด

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail : Magawn@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อการศึกษาใช้สมาร์ทโฟนสามงึกับการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
ของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร ตัวแปรอิสระได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรม
การใช้สมาร์ทโฟนและส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามงึ ตัวแปรตาม ได้แก่ การเพิ่ม
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่ต้องใช้สมาร์ทโฟนสามงึ จำนวน 400 คน โดยใช้
แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน ทดสอบ Independent
T-Test, One-Way Analysis of Variance, Pearson Product Moment Correlation

ผลวิจัยพบว่า (1) ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่อายุ ตำแหน่งงานแตกต่างกัน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
ของพนักงานด้านการติดต่อสื่อสารส่งเอกสารกับบริษัทแตกต่างกัน, อายุ ตำแหน่งงาน แตกต่างกัน การเพิ่ม
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานด้านการติดต่อประสานงานกับบริษัท แตกต่างกัน, อายุ ระดับการศึกษา
แตกต่างกัน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานด้านการรับรู้และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของ
บริษัทแตกต่างกันมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (2) พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนได้แก่การใช้แอปพลิเคชันใน
ที่ทำงานสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานด้านการติดต่อสื่อสารส่งเอกสาร
กับบริษัท แตกต่างกัน, การใช้แอปพลิเคชันในที่ทำงานสมาร์ทโฟน บุคคลที่ติดต่อผ่านการใช้สมาร์ทโฟน แยก
ต่างกัน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานด้านการติดต่อประสานงานกับบริษัท, การใช้แอปพลิเคชัน
ในที่ทำงานสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ด้านการรับรู้และการแลก
เปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของบริษัท แตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญทาง สถิติ 0.05 (3) ส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ใช้สมาร์ทโฟนสามงึ มีสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับการเพิ่มประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงานมี
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

คำสำคัญ: สมาร์ทโฟน ผู้ให้บริการสามงึ ประสิทธิภาพการทำงาน ประกันภัย พนักงาน

ABSTRACT

The objective of the study was to explore the use of smartphones with the 3G service which increases work efficiency of the employees in an insurance company in Bangkok. Independent variables were personal qualities, the behavior of smartphones usage and the service marketing mix. Dependent variable was an increase in work efficiency of the employees in the insurance company in Bangkok. A sample group was the employees in the insurance company who must use smartphones with the 3G service and use the service from the 3G providers. The participants were 400 people. Questionnaires were used as a research instrument. Statistical analysis in this research were percentage, the mean, standard deviation. The statistical hypothesis testing was used by the independent T-Test, the one-way analysis of variance, Pearson product and Moment Correlation.

It was found that most participants were female. The age range was less than, or equal to 29 year-old. The level of education was a Bachelor's Degree. The 3G service provider was *DTAC 3G*. Most participants were employees, public relations officers and administrators. The *LINE* smartphone application was used in the workplace. The individuals were contacted through smartphones. The smartphone operation system was Android. The service marketing mix was at the high importance level and the work efficiency of the employees in the insurance company was at the high importance level. The hypothesis testing revealed the results as follows: (1) The personal qualities were classified by age and work position. According to an increase in the work efficiency of the employees, in terms of communication and documents submission with the company, The personal qualities were classified by age and work position. According to an increase in the work efficiency of the employees, in terms of coordination with the company. , The personal qualities were classified by age and the level of education. According to an increase in the work efficiency of the employees, in terms of acknowledgement and information exchange of the company, there was a difference at a statistically significant level of 0.05. (2) The behavior of smartphone usage was the use of the smartphone application in the work place. According to an increase in the work efficiency of the employees, in terms of communication and documents submission with the company. The behaviors of smartphone usage were the use of the smartphone application in the work place and the individuals who were contacted through smartphones. According to an increase in the work efficiency of the employees, in terms of coordination with the company. The behavior of smartphone usage was the use of the smartphone application in the work place. According to an increase in the work efficiency of the employees, in terms of acknowledgement and information exchange of the company, there was a difference at a statistically significant level of 0.05. (3) The service marketing mix of the 3G service provider was classified by service, price, distribution location, promotion, employees, procedure and physical description process. According to an increase in the work efficiency of the employees and the service marketing mix, in terms of communication and documents submission with the company. The service marketing mix of the 3G service provider was classified by service, price, distribution location, promotion, employees, procedure and physical description process. According to an increase in the work efficiency of the employees and the

service marketing mix, in terms of coordination with the company. The service marketing mix of the 3G service provider was classified by service, price, distribution location, promotion, employees, procedure and physical description process. According to an increase in the work efficiency of the employees and the service marketing mix, in terms of acknowledgement and information exchange of the company, there was no difference at a statistically significant level of 0.01.

KEYWORDS : Smartphones, The 3G service provider, Work efficiency, Insurance, Employees

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการสามจีที่มีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนที่มีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ประชากรที่ศึกษาพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่ต้องใช้สมาร์ทโฟนสามจี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ประด้วย 3 ส่วน (1) ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล (2) พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนเพื่อใช้ในการทำงาน และ (3) ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจีและมีค่าความเชื่อมั่น ก่อนทดสอบเกิน 0.75 ขึ้นไป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบด้วย สมมติฐานด้วย Independent T-Tes, One – Way Analysis of Variance, Pearson Product Moment Correlation

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. ทฤษฎีประสิทธิภาพการทำงาน

ประสิทธิภาพการทำงานอาศัยแนวความคิดของ ทิพาดี เมฆสรณ์(2538) ระบุ (1)ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนของการผลิตได้แก่การใช้ทรัพยากรการบริหารคือคน เงิน วัสดุ เทคโนโลยี ที่มีอย่างประหยัดคุ้มค่าและเกิดการสูญเสีย น้อยที่สุด (2) ประสิทธิภาพในมิติของกระบวนการการบริหาร (process) ได้แก่การทำงานที่ถูกต้อง ได้มาตรฐาน รวดเร็ว และใช้เทคโนโลยีที่สะดวกกว่า (3)ประสิทธิภาพในมิติของผลผลิตและผลลัพธ์ ได้แก่ การทำงานที่มีคุณภาพเกิดประโยชน์ต่อสังคมเกิดกำไรทันเวลา ผู้ปฏิบัติมีจิตใจสำนึกที่ดีต่อการทำงาน และการบริการเป็นที่พอใจ

2. ทฤษฎีการบริโภค

ทฤษฎีการบริโภค อาศัยแนวความคิดของ Schiffman and Kanuk (2007) โดยเน้นพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับ การซื้อและการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ และการพึงพอใจของเขา

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด อาศัยแนวความคิดของ Kotler (อ้างถึงในชัยยุทธ เลิศพาชิน, 2550) โดยเน้นเครื่องมือทางการตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายทางด้านการบริการ

4. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจประกันภัย

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจประกันภัย อาศัยแนวความคิดของจัดตั้งคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2557) แบ่งธุรกิจประกันภัย ได้เป็น 2 ประเภท(1)บริษัทประกันชีวิตรับประกันต่อความสูญเสียหรือความเสียหายต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยบริษัท สัญญาว่าจะจ่ายชดเชยให้ผู้เอาประกันเมื่อมีการเสียชีวิตและอาจมีความคุ้มครองอื่นๆเพิ่มเติม เช่น การประกันกรณีทุพพลภาพ การประกันกรณีสูญเสียอวัยวะ การประกันสุขภาพ เป็นต้น (2) บริษัทประกันวินาศภัย แบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่ การประกันอัคคีภัย,การประกันรถยนต์,การประกันทางทะเลและขนส่งและการประกันเบ็ดเตล็ด

5. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีโทรคมนาคมสามจี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีโทรคมนาคมสามจี อาศัยแนวความคิดของ เชิดชัย ชันชนะ-ภาและคณะ (2556) หมายถึง มาตรฐานสำหรับอุปกรณ์โทรคมนาคมที่มีความก้าวหน้าจากเดิมคือการใช้งานกับโครงข่ายและในรูปแบบเคลื่อนที่ เทคโนโลยี โทรศัพท์มือถือ รุ่นที่3 จากมาตรฐาน IMT-2000 โดยระบุ การใช้ งานบนย่านความถี่ 1,885-2,025 MHz และ 2,110-2,200 MHz ซึ่งได้ถูกกำหนดให้เป็นย่านความถี่ สำหรับ International Mobile Telecommunications-2000 (Resolution 212) ของWorld Administrative Radio Conference เมื่อปี ค.ศ.1997 (RW.WRC-97) ซึ่งมติ 212 เป็นการดำเนินการตามกรอบมติของ World Administrative Radio Conference เมื่อปี ค.ศ. 1992 (WRC-92)ที่เมืองMalaga-Torremolinosประเทศสเปนแต่โดยที่ย่านความถี่ที่ระบุข้างต้น มีการใช้งานในด้านอื่นอยู่แล้ว การกำหนดจึงประกาศแบบยืดหยุ่นให้นับรวมการ ใช้งานในแถบ UMTS bands

6. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน อาศัยแนวความคิดของ ชันว์ บัวเนียม (2555) หมายถึงโทรศัพท์ที่มีความสามารถในการใช้งานที่คล้ายกับคอมพิวเตอร์ประกอบด้วยฮาร์ดแวร์และระบบปฏิบัติการ ที่สามารถอัปเดตติดตั้งใหม่ลงแอปพลิเคชัน เพิ่มเติมและสามารถใช้งานบางอย่างทดแทนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ในระดับหนึ่ง เช่นรับส่งอีเมล,แก้ไขเอกสารWord,Excel,PowerPoint,ดูหนัง,ฟังเพลง,ตกแต่งรูปภาพ เป็นต้น ซึ่งสะดวกๆเวลา เวลา เลือกซื้อจะมีสเปคมาให้เลือกเหมือนกับซื้อคอมพิวเตอร์เลย ไม่ว่าจะเป็น ซีพียู,กราฟิกการ์ด, ROM, RAM และระบบปฏิบัติการที่มีมาให้ ซึ่งก็มีอยู่หลายค่ายต่างจาก ฟีเจอร์โฟน (Feature Phone) หรือโทรศัพท์แบบเดิมที่มีคุณสมบัติหลากหลาย แต่ไม่สามารถเพิ่มเติมใช้งานโปรแกรมใหม่ๆได้อย่างสมาร์ตโฟน

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.5), อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าและเท่ากับ 29 ปี (ร้อยละ 49.2), ผู้ให้บริการสามจีที่ใช้งานในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้งานกับผู้ให้บริการสามจีระบบDTAC 3G (ร้อยละ 37.0), ตำแหน่งงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งเป็นพนักงาน,ประชาสัมพันธ์ และธุรการ (ร้อยละ 31.8)

การวิเคราะห์ข้อมูลตามพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามการใช้งานแอปพลิเคชันในที่ทำงานสมาร์ตโฟน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน LINE (ร้อยละ 51.0), บุคคลที่ติดต่อผ่านการใช้งานสมาร์ตโฟน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลูกค้า (ร้อยละ 47.0), ประเภทของสมาร์ตโฟนที่ใช้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการ Android (ร้อยละ 71.2)

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม การบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจีด้านการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3908 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64573 ,ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจีด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0925และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89447,สถานที่ในการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับส่วน ประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจีด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2783 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6129,การส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจี ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3575 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73501, พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจี,ด้านพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2608 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67457 ,กระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจี ด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.1983 และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69900 ,กระบวนการลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจี ด้านกระบวนการลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2591 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67907

การวิเคราะห์ข้อมูลการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประกันภัยของผู้ตอบแบบสอบถาม, การติดต่อสื่อสารส่งเอกสารกับบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุดกับการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประกันภัย ด้านการติดต่อสื่อสารส่งเอกสารกับบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3816 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69808,การติดต่อประสานงานกับบริษัท ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับการ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประกันภัย,ด้านการติดต่อประสานงานกับบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3866 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70624,การรับรู้และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประกันภัยด้านการรับรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3691 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64455

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง ศึกษาการใช้สมาร์ตโฟนสามจีกับการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร นั้นจะช่วยใช้เป็น แนวทางให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน ทั้งการใช้แอปพลิเคชัน,บุคคลที่ติดต่อและประเภทของสมาร์ตโฟนที่มีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง และให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจีที่มีต่อ สัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง

ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มลักษณะส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงอายุน้อยกว่า และเท่ากับ 29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ผู้ให้บริการสามจี ในปัจจุบันใช้ DTAC 3G ตำแหน่งงานส่วนใหญ่ เป็นพนักงาน,ประชาสัมพันธ์และธุรการ ผู้วิจัยเห็นว่า กลุ่มลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทประกันภัยที่มีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง เพศและการเลือกผู้ให้บริการสามจีไม่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานสามารถเรียนรู้การใช้สมาร์ตโฟนได้ไม่ต่างกันและสามารถใช้บริการสามจีอย่างทั่วถึง อายุของพนักงานแต่ละช่วงต้องมีการพัฒนาเทคนิคและการอบรมในการใช้สมาร์ตโฟนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างตลอดเวลา ระดับการศึกษาของ พนักงานแต่ละระดับการศึกษาต้องมีการพัฒนาเทคนิคและการอบรมในการใช้สมาร์ตโฟนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยเฉพาะด้านการติดต่อ สื่อสารส่งเอกสารกับบริษัทและด้านการติดต่อประสานงานกับบริษัท

สอดคล้องกับ ประมวล พระตลับ (2551) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของ บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคตะวันออก เชียงเหนือ พบว่า พนักงานที่มีอายุมากกว่า50 ปีองค์กรเห็นความสำคัญเทคโนโลยีและได้ผ่านการฝึกอบรมด้านคอมพิวเตอร์เพื่อ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ เสาวรักษ์ สุวรรณสว่าง (2550) ระบุจากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน บริษัทประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานคร พนักงานที่มี ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการทำงาน ทั้งโดยรวมแตกต่างกัน ทั้งในด้านต้นทุนการผลิต ในการใช้ทรัพยากร เงิน คน วัสดุและเทคโนโลยี และด้านผลลัพธ์ในการทำงานที่มีคุณภาพผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกที่ดีในการทำงาน

2. ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน LINE ในที่ทำงานผ่านสมาร์ตโฟน, บุคคลที่ติดต่อผ่านสมาร์ตโฟนลูกค้า ,ประเภทของสมาร์ตโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการAndroid ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนของพนักงานบริษัทประกันภัยที่มีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง การใช้แอปพลิเคชันในที่ทำงานผ่านสมาร์ตโฟน LINE และ FACEBOOK ช่วยในความสะดวกทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน บุคคลที่ติดต่อผ่านการใช้สมาร์ตโฟนคือลูกค้า สามารถเพิ่มความสะดวกการติดต่อประสานงานกับบริษัทและการรับรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของบริษัท ซึ่งด้านการติดต่อสื่อสารส่งเอกสารกับบริษัทพนักงานควรพัฒนาสามารถเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถอำนวยความสะดวกในการบริการลูกค้า แต่ประเภทของสมาร์ตโฟนที่ใช้ โดยเฉพาะระบบปฏิบัติการของสมาร์ตโฟนพนักงานไม่ได้ให้ความสำคัญเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเพราะระบบปฏิบัติการของสมาร์ตโฟนที่มีอยู่ในท้องตลาดสามารถรับรองการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE และ FACEBOOK ได้เหมือนกัน และต้องคิดถึงตัวอุปกรณ์ด้านขนาดของสมาร์ตโฟน คุณภาพกล้อง เป็นต้น

สอดคล้องกับ นรินทร์ เลิศพัชรพงศ์ (2548) การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์การนำเทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาประสิทธิภาพ การทำงานบริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน)ด้านการสร้างเครือข่ายในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ระบุเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการนำเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถอำนวยความสะดวกในการบริการลูกค้าเห็นด้วยมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีระหว่างองค์กรกับลูกค้า และขั้นระยะ สอดคล้อง ญัฐภูมิ โอภาภิบาล (2555)ระบุ แอปพลิเคชันสามัญประจำเครื่องอย่างกลุ่ม โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Facebook, Twitter, Line, WhatsApps, Lnstagram) แอปฯเพื่อความบันเทิง ทั้งการถ่ายรูป ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม ตลอดจนแอปฯ สำหรับการทำงานต่างๆ อาทิ การแก้ไข เอกสารจาก Microsoft Office การจัดไฟล์การแชร์ข้อมูลการติดต่อสื่อสาร ฯลฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็นแอปฯฟรี (มีแบบเสียเงินซื้อให้เลือกด้วย) ซึ่งจะแลกมากับโฆษณาแฝงใน แอปฯ สอดคล้องกับ ไพโรจน์ ไววนิชกิจ (2555)ระบุ ในสมาร์ตโฟนเรื่องมีแอปพลิเคชันพร้อมกับความสะดวกในการเข้าถึงและดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน

3. ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดผู้วิจัยเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการสามจีของพนักงานบริษัทประกันภัย ที่มีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง ด้านการบริการทำให้พนักงานเกิดประสิทธิภาพรวดเร็วการทำงาน, ด้านราคาทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจต่อการคิดค่าบริการที่มีตัวเลือกหลากหลายซึ่งสอดคล้องกับการทำงาน, ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายทำให้พนักงานเกิดสามารถใช้งานผ่านเคลื่อนสามจีได้ทุกที่แล้วทำให้เกิดความสะดวกในการทำงานงานประกันกัน, ด้านการส่งเสริมการขายทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนต่อการใช้บริการสามจีเพื่อติดต่อสื่อสาร ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการบริหาร คือ คน เงิน วัสดุ เทคโนโลยี ที่มีอย่างประหยัด คุ่มค่า, ด้านพนักงาน ทำให้พนักงานประกันภัยมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้ให้บริการสามจี คือ สามารถดำเนินการธุรการในการใช้เทคโนโลยี สามจีได้อย่าง รวดเร็วและเป็นผู้นำในการใช้เทคโนโลยีก่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน, ด้านกระบวนการ การทำให้พนักงานใช้งานการอินเทอร์เน็ตและโทรได้ อย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพ ทำงานด้วยความรวดเร็วขึ้นเพื่อสนองความต้องการและสร้างความได้เปรียบในการวางแผนงานตัดสินใจ และในการแข่งขันได้และด้านกระบวนการลักษณะทางกายภาพ ทำให้พนักงานประกันภัยใช้งานการอินเทอร์เน็ต และโทรรู้สึกมั่นใจในการใช้ บริการและรู้สึกภาคภูมิใจในการใช้งานบริการสามจีของผู้ให้บริการ ที่ผู้ใช้ได้ใช้งานในปัจจุบันซึ่งก่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารหรือเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการแก้ไข ปัญหาและตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ ประหยัดเวลาและต้นทุน

สอดคล้อง วัชรกรณ เนตรหาญ (2553) ระบุ เหตุผลที่ต้องสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีประสิทธิภาพสูงมากเมื่อ เทียบกับในอดีตสามารถทำงานได้หลายๆ อย่างในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพการเชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายมีข้อดีการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ, การใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์ร่วมกัน สอดคล้อง สถาปนิก ทองศรี (2553) ที่ศึกษา เรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการ เลือกผู้ให้บริการเครือข่ายเทคโนโลยี3Gของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับปานกลาง โดยอันดับ แรกให้ ความสำคัญในระดับมากที่สุดเรื่องการคิดค่าบริการแบบ จ่ายตามขนาดของข้อมูลที่ Download จริง สอดคล้อง ไพบุลย์ เกียรติโกมล (2551) ระบุปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคมช่วยให้ระบบของ

คอมพิวเตอร์มีศักยภาพสูงขึ้น โดยขยายตัวจากการจัดเก็บ การประมวลผลและการนำ เสนอข้อมูลด้วย คอมพิวเตอร์ซึ่งยังมีข้อจำกัดในการกระจายและรับส่งข้อมูลระบบคอมพิวเตอร์ถูกนำไปใช้ประกอบในระบบ สื่อสารข้อมูลใน ระบบเครือข่าย (Network) ซึ่งต้องต่อเชื่อมบุคคลและองค์การเข้าด้วยกัน สอดคล้อง ประมวล พระตลับ (2551) ระบุจากการศึกษาผลกระทบ ของความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อ ประสิทธิภาพ การ ทำงานของบริษัทไอที จำกัด (มหาชน) ในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านข้อมูลและสารสนเทศของระบบสารสนเทศและด้านอุปกรณ์ หรือซอฟต์แวร์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจากปัจจุบัน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีการปรับปรุงเครื่องมือเครื่องใช้ที่เป็นประโยชน์ต่อ องค์การ ทำให้ทุกองค์กรจึงควร เล็งเห็นความสำคัญและจำเป็นในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยใน การปฏิบัติงานทุกๆ ด้านทั้งทางด้านการติดต่อสื่อสาร หรือเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการแก้ไขปัญหาและตัดสินใจ ในสถานการณ์ต่างๆ ระยะเวลาและต้นทุน

4. ผลจากการวิจัยพบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประกกันภัย ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่าการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานจะอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานได้ทั้งด้านการติดต่อสื่อสารส่งเอกสารกับบริษัท, ด้าน การติดต่อประสานและด้านการรับรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้มีการทำงาน ได้อย่างรวดเร็วและมี ประสิทธิภาพมาก ยิ่งขึ้น

สอดคล้อง จิตติมา เทียมบุญประเสริฐ(2554) ระบุระบบการจัดการเอกสารเป็นระบบที่มีการนำ คอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดการเกี่ยวกับเอกสารต่างๆในสำนักงานประกอบด้วย,ระบบการจัดการข่าวสาร (Message-Handling Systems) ระบบการจัดการข่าวสารเป็นระบบสารสนเทศในสำนักงานที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการข่าวสาร ในระบบสำนักงาน จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงข่าวสารส่งข่าวสารและติดต่อสื่อสารกับฝ่าย ต่างๆ ภายในองค์กร หรือ ภายนอกองค์กร จึงจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารมาใช้ในสำนักงาน อาจใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบอินทราเน็ตและระบบเอ็กซ์ทราเน็ต ระบบการสนับสนุนการดำเนินงานเชิง กลยุทธ์โดยเทคโนโลยี สารสนเทศผลิตสารสนเทศที่สำคัญ ให้แก่ผู้บริหารที่จะใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ตัดสินใจ และการสร้างความได้ เปรียบในการแข่งขันโดยอนาคตการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมจะมีความ รุนแรงมากขึ้นการบริหารงานของ ผู้บริหารที่ อาศัย เพียงความสามารถและประสบการณ์อาจจะไม่เพียงพอ แต่ถ้าผู้บริหารมีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพมาประกอบในการตัดสินใจก็จะสามารถแก้ไขปัญหา และ บริหารงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการใช้สมาร์ตโฟนสามจีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ พนักงานกับนิติบุคคลอื่นๆ
2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการใช้สมาร์ตโฟนสามจีเกี่ยวกับลักษณะอุปกรณ์ เช่น จอ กล้อง ขนาดของเครื่อง เป็นต้น มีความเหมาะสมกับลักษณะงานที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปหากมีการเปลี่ยนเทคโนโลยีเป็นทางการสื่อสาร เช่น อุปกรณ์ที่ รับรองการใช้สื่อบริการ เป็นต้น สามารถนำอุปกรณ์การสื่อสารเหล่านั้นมาทำการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานได้

4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการสามจีหรือผู้ที่ได้รับใบอนุญาตที่ไต่เปลี่ยนในกิจการประกอบกิจการที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

เชิดชัย ชันธะนภา. (2556). **3G 2.1GHz Spectrum Auction 2012 การกึ่งเพื่อชาติ**. กรุงเทพฯ:สำนักงาน

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

ชานินทร์ สุทธิคุณธร. (2543). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน : ศึกษากรณีฝ่ายการพนักงานบริษัท

การบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร

ชนันว์ บัวเนียม. (2555). **คู่มือ Samsung Galaxy S3 ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.

นรินทร์ เลิศพัชรพงษ์. (2548). ประโยชน์การนำเทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน บริษัท

ประกันกลุ่มภัย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ การจัดการทั่วไป. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบัน

ราชภัฏสวนดุสิต. ถ่ายเอกสาร

ประมวล พระดล. (2551). ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพ

การทำงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร

ไพบุณย์ เกียรติโกล (2551). **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

วรินทร์ ขานฤทธิ. (2556). ความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานร่วมกันของพนักงาน

บริษัทแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร . สารนิพนธ์ ปริญญาศึกษามหาบัณฑิต (การจัดการ).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิไล. ถ่ายเอกสาร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์

สถาปนิก ทองศรี, (2553). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการเครือข่ายเทคโนโลยี3G

ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ อุดสาหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ถ่ายเอกสาร

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย(คปภ.) (2557). ตารางแสดงจำนวน

บุคลากรของบริษัทประกันวินาศภัย จำแนกตาม วุฒิการศึกษา เพศ และ อายุ. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์

2557, จากเว็บ [http://www.oic.or.th/download s/personal/nonlife-55.pdf](http://www.oic.or.th/download%20s/personal/nonlife-55.pdf)

การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงานขาย

THE SYNTHESIS OF RESEARCH ON SALESFORCE PERFORMANCE IMPROVEMENT.

นพธร สุขसारอมรกุล

นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : Natason 888@gmail.com

ผศ.ดร. สุบิน ยุระรัช

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ผลงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานขาย เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา แบบกรณีศึกษา (Case Study) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การทบทวนวรรณกรรมจาก เอกสาร(Document Review) กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้ในช่วง พ.ศ. 2553-2557 ผู้วิจัยได้คัดเลือกงานวิจัยจำนวน 16 เรื่อง เครื่องมือวิจัยคือ แบบบันทึกข้อมูล 1 ชุด ผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมส่งผลต่อการดำเนินงานของหน่วยงานขายโดยที่ผลการดำเนินงานของหน่วยงานขายใช้ข้อประกอบในการวัด 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านทักษะ ปัจจัยบทบาท ปัจจัยด้านความถนัด ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยด้านองค์กร/ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผลที่ได้จากการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงานขายนั้นส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรและเกิดประสิทธิผลระยะยาวขึ้นกับองค์กรได้ต่อไป บทความนี้สามารถใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการวิจัยต่อไป ได้อีกในอนาคต

คำสำคัญ: การดำเนินงานหน่วยงานขาย, พฤติกรรมพนักงานขาย , การดำเนินงานองค์กร

ABSTRACT

The objective of this research was to synthesize research findings on salesforce performance improvement factors. The research design was qualitative synthesis by using content analysis to apply on a case study and also documentary literature review. The sample was selected from 16 researches of salesforce performance improvement during 2010-2014. The research instrument was a set of record form. The results showed that salesperson's behavior effect on salesforce performance. An explore overview performance theory to confirm determinants impact of salesforce performance (SFP) in 6 factors: 1. Personal, 2. Skill, 3. Aptitude 4Motivation, 5.Role, 6.Organizational and Environmental factor. All of these factors impact on

SFP and sales force effectiveness directly affect on organizational performance. This study could improve SFP, organizational performance and the opportunities for implementation and further research. Thus, this paper can be used as a basis for future empirical studies.

KEYWORDS: Salesforce performance Salesperson behavior, Organizational performance

บทนำ

การขายโดยใช้พนักงานขายมีความสำคัญกับธุรกิจเป็นอย่างมากเพราะพนักงานขายเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด และเป็นกุญแจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ พนักงานขายมีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เป็นทั้งผู้รับความต้องการของลูกค้า และส่งมอบสินค้าไปถึงมือลูกค้า จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาการดำเนินงานของพนักงานขาย

พัฒนาความสามารถ ทักษะ ของพนักงานขายให้เพิ่มมากขึ้นซึ่งย่อมได้เปรียบทางการแข่งขัน และนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ (พรพรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2553) ปัจจุบันในทุกองค์กร มีพนักงานขายรายบุคคลและหน่วยงานขาย ที่ทำหน้าที่ในการดำเนินกิจกรรมการขาย ขึ้นอยู่กับขนาดและวัตถุประสงค์ขององค์กรตามแนวความคิดของ Kotler (2012) หน่วยงานขายจึงต้องมีการพัฒนา ทีมของตนให้มีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่งเสมอ แต่หากพนักงานขายไม่มีประสิทธิภาพ จะทำให้หน่วยงานขายขาดประสิทธิภาพตามไปด้วย และองค์กรจะได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน

จากหลักการและเหตุผลที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า การดำเนินงานของหน่วยงานขาย จะส่งผลกระทบต่อทางตรงและทางอ้อมกับองค์กรดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมวรรณกรรม

ใช้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงานของพนักงานขายซึ่งประกอบไปด้วยพฤติกรรมและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานขายและทำการสังเคราะห์ เพื่อหาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของหน่วยงานขายและองค์ประกอบในการวัดผลการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยเหตุ และองค์ประกอบที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในปัจจุบันระหว่าง พศ. 2553-2557 เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกลไกทางการตลาด
2. เพื่อประโยชน์ในการนำไปพัฒนาศักยภาพในหน่วยงานขาย ในองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งรัฐบาล และเอกชน
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้อาจการสังเคราะห์ไปต่อยอดในงานวิจัยต่อไปในอนาคต ให้ผู้ที่สนใจทั้งบุคคลทั่วไปและนักวิชาการ ได้ศึกษาหาความรู้ต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงานขาย มีการศึกษาในขึ้นช่วง 70 ปีที่ผ่านมามีความน่าสนใจเป็นอย่างมากด้วยความพยายามเชื่อมโยงภาพรวมการดำเนินงานของกิจกรรมการขายถูก

พัฒนาโดย Walker (1977) และได้บูรณาการ ล่าสุดโดย Churchill (1985) ซึ่งให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างต่างๆ กับการดำเนินงานขาย โดย การดำเนินงานให้ได้ประสิทธิผล ได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบ Meta-Analysis เพื่อหาตัวแปร ที่ส่งผลกระทบ ต่อการดำเนินงาน และปัจจัยในการดำเนินงาน จากผลรายงาน 1653เรื่อง และ116บทความ จากผลการศึกษาพบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของ หน่วยงานขาย เรียงตามลำดับในความสัมพันธ์ในการศึกษา คือ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factor) 2 ปัจจัยด้านทักษะ (Skill Factor) 3 ปัจจัยบทบาท (Role Factor) 4ปัจจัยด้านความถนัด (Aptitude Factor) 5 แรงจูงใจ (Motivation Factor) 6 ปัจจัยด้านองค์กร /ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม(Organizational /Environmental Factors) ต่อมานักทฤษฎีที่มีชื่อเสียง Erin Anderson & RichardL.Oliver (1987) ได้คิดค้นทฤษฎีที่เกี่ยวเนื่องกันใช้กันอย่างแพร่หลายในการควบคุม และออกแบบระบบพฤติกรรม ของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของหน่วยงานขายในด้านของความรู้ ความเข้าใจ แรงจูงใจ ความถนัดและพฤติกรรมหลักในการควบคุมการดำเนินงานของหน่วยงานขาย การประเมิน ผลการปฏิบัติงานด้านพฤติกรรมถูกวัดออกมา ด้วยการให้คะแนน สอดคล้องกับพฤติกรรม ที่ Churchill (1985) ได้กำหนด คือ 1 การแสวงหา 2 การหาซื้อเท็จจริง 3 การขาย 4 ปิดการขาย 5 การบริการลูกค้า

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้กระบวนทัศน์แบบ(Constructivism Theory)เป็นปรัชญาระดับพื้นฐาน ที่เป็นการเรียนรู้ และเน้นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยอาศัยประสบการณ์เดิมที่เกิดขึ้นจริง (Duffy and Cunningham, 1996 อ้างถึง Geraldine Lefoe 1998,Mills 2006, HAMAT 2010) ซึ่งเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เลือกใช้กลยุทธ์การวิจัย แบบ (Case Study) เป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อ การค้นคว้าองค์ความรู้ใหม่ จากบริบทชีวิตจริงที่เกิดขึ้น จาก 16 กรณี โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบ (Document Review) มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงาน ขาย เพื่อนำไปพัฒนาเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งต่อไป

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของหน่วยงานขาย ใช้การ สุ่มตัวอย่างงานวิจัยแบบเจาะจง (Purposive Sampling)โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกตามเกณฑ์ งานวิจัยคือ 1. เป็นงาน วิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของหน่วยงานขาย และการดำเนินงาน ของพนักงานขาย 2. เป็นงานวิจัย ที่จัดทำขึ้นในปี พศ.2553-2557 และ 3.เป็นงานวิจัยที่มีการเสนอ ข้อมูลที่สำคัญ ผู้วิจัยทำการสืบค้นจาก แหล่งฐานข้อมูลวิจัยที่สำคัญ โดยใช้คำสืบค้นว่า “Salesforce Performance” “Salesperson” “พนักงานขาย” “หน่วยงานขาย” ในฐานข้อมูลของ สำนักหอสมุดกลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการมหาวิทยาลัยศรีปทุม (www.spu.ac.th/kibrary) ซึ่งประกอบด้วย ฐานข้อมูล EBSCO , Emerald ,ProQuest ,ThaiLis และฐานข้อมูลของ Google Scholar เครื่องมือวิจัย คือ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลใส่แบบบันทึกจำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล 3 รายการ คือ (1) รายละเอียด พื้นฐานงานวิจัย (2) ปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อ การดำเนินงานหน่วยงานขาย และ องค์ประกอบที่ไว้วัด (3) ผลงานวิจัยที่ได้และข้อเสนอแนะของงานวิจัย

ผลการศึกษา

จากงานวิจัยโดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ทั้ง 16 กรณีศึกษาดังนี้

งานวิจัยที่ 1 Ramendra Singh และคณะ (2012) ได้ศึกษาพฤติกรรมการมีน้ำใจของ พนักงานขาย โดยศึกษาในกลุ่มพนักงานขายพบพฤติกรรมด้านการเพิ่มประสิทธิภาพพนักงานขาย มี 4 ด้านคือ 1. การเสียสละในการดำเนินงาน 2. การทำงานที่เป็นงานของตน กับบุคคลอื่น 3. ผลตอบแทนที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน 4. ความสงบภายใต้อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมโดยมีปัจจัย เหตุคือด้านจริยธรรม พฤติกรรม ค่านิยมบุคคล และค่านิยมองค์กร ได้สรุปเกี่ยวกับปัจจัยบทบาท พนักงานมีโอกาสที่จะเผชิญหน้ากับบทบาทความขัดแย้งและบทบาทคลุมเครือเป็นปกติ ในการขยายงาน ดังนั้นเป็นไปได้ว่า บทบาทความเครียด จะนำไปสู่ ความตึงเครียดและ ด้านทัศนคติและจิตวิญญาณในการขายโดยการทุ่มเทในการทำงานให้ประสบความสำเร็จภายใต้สิ่งแวดล้อมแวดล้อมเพื่อลดบทบาทความเครียดและเพิ่มประสิทธิภาพในการขายและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าสิ่งที่ผู้วิจัยแนะนำเพิ่มเติม คือการสำรวจในมุมมองของขอบเขต การมีน้ำใจของพนักงานขาย ในการทำงานกับบทบาทความเครียดด้านภาระและด้านอื่นๆที่เพิ่มขึ้น

งานวิจัยที่ 2 Carsten Baumgarth, Lars Binckebanck (2011) การทดสอบเชิงประจักษ์ ของหน่วยงานขาย ที่ส่งผลกระทบต่อ คุณค่าของแบรนด์ โดยกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานขาย จำนวน 201 คนในธุรกิจประเทศเยอรมันนี องค์กรประกอบที่สามารถวัดการดำเนินงานของพนักงานขายได้ ประกอบด้วย ปัจจัยบุคลิกภาพส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ ปัจจัยด้านทักษะเช่นการสื่อสารโดยใช้วาจา ท่าทาง ความยืดหยุ่น และอหิยาศัยและปัจจัยความถนัด ความสามารถแบบมืออาชีพ การมีความรู้ ในด้านผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานขายมาใช้ในจากการวิเคราะห์ตัวแปรพบว่าผลกระทบจากหน่วยงานขายมีผลต่อคุณค่าของแบรนด์ เชื่อมโยงกับ สินค้า และการส่งเสริมการตลาด และได้ยืนยันว่า หน่วยขายนั้นเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ นอกจากนี้ข้อมูลยังชี้ให้เห็นพฤติกรรมของพนักงานขายมีความสำคัญมากกว่าบุคลิกภาพของพนักงานขายและในปัจจุบันพนักงานขายจะคาดหวังต่อยอดขายที่ตั้งไว้ไม่ได้เพียงอย่างเดียวแต่ต้องรวมถึงการสร้างสัมพันธ์ระยะยาว และ สร้างความพึงพอใจกับลูกค้าอีกด้วย

งานวิจัยที่ 3 AHMAD S.Z.a*, BASIR M. SAHb AND KITCHEN P.J.c (2010) งานวิจัยเกี่ยวกับทักษะการขายและการดำเนินงานของพนักงานขาย โดยศึกษาจากกลุ่ม ตัวอย่างจากพนักงานขาย 114 คน ในบริษัทประเทศมาเลเซียศึกษาในแง่ของทักษะ ได้แก่ มนุษยสัมพันธ์, เทคนิค ทักษะการขายและทักษะด้านการตลาด และในการดำเนินงานของ พนักงานขายโดยมีปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรควบคุมระหว่างการดำเนินงานของ พนักงานขายและทักษะการขาย พบว่าปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขายเท่านั้นอย่างไรก็ตามผลลัพธ์ก็ได้อ้างแสดงถึงเทคนิคการขายและทักษะการตลาดไม่ได้ส่งผลต่อการดำเนินงานของพนักงานขายความผูกพันต่อองค์กรก็ไม่ได้ควบคุมความสัมพันธ์ ระหว่าง ทักษะการขาย และการดำเนินงานของพนักงานขายด้วย สาเหตุที่เทคนิคการขายไม่ส่งผลต่อ การดำเนินงานเพราะ โครงสร้างแต่ละธุรกิจ สินค้า บริการและการตลาดแตกต่างกัน ความซับซ้อนของการขายทำให้ไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานและผู้วิจัยได้ได้ค้นพบเพิ่มเติมด้านความผูกพันต่อองค์กรนั้น ส่งผลทางตรงต่อการดำเนินงานและยังแสดงให้เห็นว่า หน่วยขาย มีความจงรักภักดีต่อองค์กรมากกว่าพนักงานขาย

งานวิจัยที่ 4 Tanya Drollinger, Lucette B. Comer(2013)งานวิจัยเกี่ยวกับทักษะการฟัง ของพนักงานขาย กับความสัมพันธ์ในการขายประกอบด้วยการเน้นการฟังที่เข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ซึ่งผลลัพธ์ยืนยันว่าการ ฟังนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญส่งผลเชิงบวกในทักษะการสื่อสารข้อมูล สามารถที่จะช่วยให้สร้างความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ และความเชื่อถือนั้นมาได้ในการทำงาน ของพนักงานการขายกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพนักงานขายใช้ การฟังที่ดีเข้าใจผู้อื่นจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้และมีระดับ ความเข้าใจที่สูงขึ้น สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ ให้ดีขึ้นด้วย

งานวิจัยที่ 5 Ramendra Singh and Abraham Koshy (2010) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ การดำเนินงาน และประสิทธิภาพของพนักงานขายระหว่างธุรกิจกับธุรกิจโดยยึดความต้องการของลูกค้าเป็น ศูนย์กลาง ผลศึกษาตัวแปรด้านแรงจูงใจ ความถนัด บทบาท และทักษะส่งผลกระทบ ต่อการดำเนินงานของ พนักงานขายและยังส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร

งานวิจัยที่ 6 René Y. Darmon and Xavier C. Martin (2011) ได้ศึกษาถึงการไ้ระบบการควบคุม การดำเนินงานของหน่วยงานขาย เป็นการเสนอกรอบแนวคิดใหม่จากผลกระทบการดำเนินงาน ในการทำ ธุรกิจของพนักงานขายการควบคุมการดำเนินงานได้รับผลกระทบ มาจากการดำเนินงานของหน่วยงานขาย และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมผลลัพธ์จากการใช้เครื่องมือควบคุมได้ส่งผลกระทบต่อวัตถุประสงค์ขององค์กรที่พนักงานขาย ได้รับมอบหมาย ในด้านยอดขายกำไรและ ส่วนแบ่งทางการตลาด

งานวิจัยที่ 7 Asiegbu, Ikechukwu Francis, Ph.D (2011) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การเพิ่มประสิทธิภาพ ของหน่วยงานขาย และการดำเนินงานด้านการตลาด โดยทำการสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายขาย ผู้จัดการการตลาด จาก 36 บริษัท รวม 144 แบบสอบถาม ซึ่งผลการวิจัยได้สรุปว่าการเพิ่มประสิทธิภาพ ของหน่วยงานขาย ในแง่ของวัฒนธรรม การทำงาน ทักษะ ความรู้ และทัศนคติที่ดีขึ้นในการขายและส่งผลสัมพันธ์ เชิงบวกต่อ การดำเนินงานขององค์กร ด้านการตลาดขององค์กร วัดได้จาก 3 ด้านคือ 1 การเติบโตของยอดขาย 2 ปริมาณในการขาย 3 ผลกำไรซึ่งเป็นการสร้างกลยุทธ์ให้กับองค์กรต่อไป

งานวิจัยที่ 8 Ine's Ku □ster and Pedro Canales (2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทน การ ควบคุมการขายและการดำเนินงานขายกับผู้จัดการขายพบว่าปัจจัยจูงใจในการจ่ายผลตอบแทนที่เป็นเงินเดือนและ คอมมิชชั่นส่งผลต่อการดำเนินงานส่วนบุคคลและประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยขายและเกี่ยวข้องกับระบบ ควบคุมของบริษัทคำตอบได้แสดงให้เห็นว่าระบบการจ่ายผลตอบแทนที่เป็นเงินเดือนจะดูจากระบบการควบคุม พฤติกรรมพนักงานขายในขณะที่การจ่ายผลตอบแทนแบบคอมมิชชั่นจะทำให้พนักงานมีแรงจูงใจใน การจ่ายผลตอบแทนนั้นอาจใช้เป็นรางวัลได้ทั้งในการทำ กิจกรรม และผลการดำเนินงาน พนักงานจะมีแรงจูงใจ ในการทำงานที่ดีขึ้นและยังส่งผลต่อตัว บุคคล และผลลัพธ์ของบริษัทอีกด้วย

งานวิจัยที่ 9 Ashraf M. Attia และคณะ (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการฝึกอบรมการขาย และมีการ เปรียบเทียบบริษัทข้ามชาติกับในบริษัทประเทศกลุ่มตัวอย่างผู้จัดการขาย ผู้จัดการการตลาด และหัวหน้างานขาย รวม 87 คนจากบริษัทข้ามชาติ และ 56 จากบริษัทในประเทศ ผู้วิจัยต้องการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงานของหน่วยงานขายผ่านกระบวนการฝึกอบรม ผลการศึกษาพบว่าบริษัทข้ามชาติ มีความแตกต่าง จากในประเทศในขั้นตอนการฝึกอบรม ได้แก่ กำหนดวัตถุประสงค์การตั้งค่า, วิธีการดำเนินงานเนื้อหาโปรแกรม

และการประเมินผล ซึ่งผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมมีความสำคัญเป็นอย่างมาก กับบริษัทในประเทศที่ห่างไกลจากความสมบูรณ์ หากประเทศอียิปต์มีการฝึกอบรมจะนำไปสู่ความสำเร็จในตลาดโลกได้

งานวิจัยที่ 10 Joseph M. Ntayi, John C. Munene, Sarah Eyaa (2010) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการดำเนินงานของบัญชีที่เกี่ยวกับผู้จัดการ ในธนาคารพาณิชย์ใน อุกันดา จาก 15 ธนาคาร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยทางด้านภูมิหลังเป็นตัวในการกำหนดพฤติกรรมในการดำเนินงานของหน่วยงานขาย และทักษะทางสังคมของพนักงานขายซึ่งมีความจำเป็นในการขายและบริการของทางธนาคารและในขณะที่ภูมิหลังครอบครัวจะมีผลต่อการนำเสนอขายอย่างมืออาชีพ

งานวิจัยที่ 11 Muhammad Ehsan Malik และคณะ(2011)ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในหน่วยงานขาย ในบทบาทการทำงานและข้อกำหนดในส่วนรวมได้ทำการสำรวจในหน่วยงาน ขายทั้ง 15 บริษัทในประเทศปากีสถานจุดมุ่งหมายหลักของการวิจัย คือ การหามิติที่ส่งเสริม บทบาทการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพในหน่วยงานขาย มุมมองในสถานที่ทำงาน เช่น การให้ความสำคัญในการทำงานและเงื่อนไขส่วนรวมมีผลต่อพฤติกรรมของหน่วยงานขาย ผลการวิจัยรายงานว่าเงื่อนไขของส่วนรวมส่งผลเชิงบวกต่อสมาชิกในหน่วยขายในแง่ของ การกำหนดบทบาทความชัดเจนของคุณลักษณะและ ข้อกำหนดของงานต่อพนักงาน จะทำให้ความรู้สึกรู้สึกในการให้ความสำคัญในการทำงานดีที่มีขึ้น นอกจากนี้การแบ่งปันความรู้ในเรื่องของวัฒนธรรม ควรมีการส่งเสริมผ่านทางองค์กร โดยที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้พนักงานได้รับรู้และมีส่วนร่วมด้วยในการอยู่ร่วมกัน

งานวิจัยที่ 12 Muhammad Ehsan Malik (2013)จากผู้ตอบแบบสอบถาม 365 ของผู้จัดการและพนักงานในหน่วยขายในธุรกิจขายยาได้ศึกษาด้านความคิดสร้างสรรค์ซึ่ง แสดงถึงองค์ประกอบ ของปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และความคิด สร้างสรรค์เป็นปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน และของรูปแบบองค์กร ซึ่งผลงานวิจัยแสดงว่า มุมมองในวัฒนธรรมในแง่ดีส่งผลต่อ ความคิดสร้างสรรค์ของหน่วยงานขาย

งานวิจัยที่13 Ramendra Singh(2011)ได้ทำการสำรวจเพื่อตรวจสอบความเชื่อมโยงระหว่าง กิจกรรมการขายของพนักงานขายทางโทรศัพท์และการรับรู้ผลประโยชน์ของลูกค้าจากการ สัมภาษณ์เชิงลึก ลูกค้าทั้ง 49 คน ในประเทศอินเดีย ผลจากการสำรวจพบว่ากิจกรรมในกระบวนการขายทางโทรศัพท์นั้นเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับการรับรู้ผลประโยชน์และคุณค่าของลูกค้าการศึกษารุ่นนี้แสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่พนักงานขายใช้ในการทำกิจกรรมขายทางโทรศัพท์ต่างๆให้กับลูกค้าซึ่งการศึกษายังเน้นการดำเนินงานของพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพ มีบทบาทที่สำคัญจะต้องเข้าใจและตระหนักความต้องการของลูกค้าความรู้และเชื่อมโยงกิจกรรมในการขายและการสร้างการรับรู้ให้ลูกค้าโดยการวัดจากผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ ความพึงพอใจ และความสุ

งานวิจัยที่14 Guangping Wang(2012)ได้ศึกษาปฏิกิริยาผลกระทบของระบบ ควบคุมหน่วยงานขายในพฤติกรรมของพนักงานขายทำการ วิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้จัดการจำหน่าย 250และลูกค้า 250 บริษัทและผลลัพธ์ของลูกค้า โดยศึกษากับ ธุรกิจกับธุรกิจผู้ซื้อผู้ขาย ในประเทศจีนซึ่งพบว่า พฤติกรรมในการขายส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ ความพึงพอใจของลูกค้า และส่งผลให้ลูกค้าซื้อสินค้า

งานวิจัยที่ 15 PaoloGuenzi(2010)ได้วิจัยความไว้วางใจในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในเชิงพาณิชย์ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้า150 คนจากการศึกษาเชิงประจักษ์ การมุ่งเน้น ที่ลูกค้าประกอบด้วย ค้นหา วิเคราะห์ความต้องการ และตอบสนองความต้องการของพนักงานขาย และความชำนาญ ส่งผลในการสร้างความน่าเชื่อถือ

ของพนักงานขายและทำให้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำแต่ถ้ามุ่งเน้นการขายมากเกินไปจะเกิดผลในทางลบเช่นกันความสามารถของพนักงานขายนำไปสู่ความถนัดและขอบเขตของพนักงานขายได้แก่ในการรับรู้ที่ดีมีอรรถาธิบายดีและยิ้มแย้มมีความสุข

งานวิจัยที่ 16 Pankaj M. Madhani (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการผลตอบแทนหน่วยขาย เมื่อมีการออกแบบที่ถูกต้องแรงจูงใจส่งผลโดยตรงต่อพนักงานขาย ลูกค้า และผลลัพธ์ขององค์กร โดยให้ศึกษาว่าผลตอบแทนการขายประกอบด้วยสององค์ประกอบคือ 1. การจ่ายแบบคงที่ หรือ 2. การจ่ายแบบคอมมิชชั่น

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสังเคราะห์ทั้ง 16 กรณี พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่พบพฤติกรรมพนักงานขาย ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของหน่วยขาย Ramendra Singh และคณะ (2012) พบปัจจัยเหตุทางด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อบทบาทของพนักงานขายและส่งผลต่อการดำเนินงาน ของหน่วยงานขาย คือ 1. การเสียสละในการดำเนินงาน 2. การทำงานที่เป็นงานของตน กับบุคคลอื่น 3. ผลตอบแทนที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน 4. ความสงบ Guangping Wang (2012) พฤติกรรมยัง ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าทางตรงอีกด้วย Ehsan Malik และคณะ (2011) การอยู่ร่วมกันในส่วนรวม ส่งผลกระทบโดยตรงต่อ พฤติกรรมสมาชิกหน่วยงานขาย ในแง่การกำหนดบทบาทที่ชัดเจน และ Joseph M. Ntayi, John C. Munene, Sarah Eyaa (2010) การมีเครือข่ายทางสังคมมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อผล ด้านพฤติกรรมพนักงานขาย René Y. Darmon and Xavier C. Martin (2011) ศึกษาการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าซึ่งโดย ใช้กรอบแนวคิดของ Churchill มาวิเคราะห์ในด้านคุณลักษณะและทักษะในการสื่อสาร ทักษะการขาย ทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะทางเทคนิค ของพนักงานขาย พบว่าการดำเนินงานนั้น ส่งผลต่อยอดขาย และกำไรขององค์กร สอดคล้องกับ Tanya Drollinger, Lucette B. Comer (2013) ทักษะการฟังนั้น ช่วยให้การดำเนินงาน ของหน่วยงานขายมีประสิทธิภาพ และสร้างความ น่าเชื่อถือในตัวพนักงานขาย และยังสอดคล้องกับ Asiegbu, Ikechukwu Francis, Ph.D (2011) วัฒนธรรม การทำงาน ทักษะ ความรู้ ทักษะการสื่อสาร ส่งผลต่อองค์กร ในด้าน ยอดขาย และ กำไร ซึ่งสอดคล้องกับ Ramendra Singh and Abraham Koshy (2010) ได้สรุปผลด้านแรงจูงใจ ความถนัด บทบาท และเป็นส่วนที่สำคัญที่ส่งผลต่อ การดำเนินงานขององค์กร Paolo Guenzi (2010) ความสามารถทำให้เกิดความชำนาญส่งผลให้เกิดความ น่าเชื่อถือในตัวพนักงานขายได้ AHMAD S.Z.a*, BASIR M. SAHb AND KITCHEN P.J.c (2010) ทักษะของพนักงานขายในด้านมนุษยสัมพันธ์ ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงานอีกด้วย งานวิจัยเพิ่มเติมของ Pankaj M. Madhani (2010) พบว่าแรงจูงใจนั้นส่งผลโดยตรงต่อพนักงานขาย Muhammad Ehsan Malik (2013) และมุมมองด้านวัฒนธรรมยังส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของหน่วยงานขาย Ramendra Singh (2011) กิจกรรมการขายและให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ และรับรู้ถึงผลประโยชน์ ทำให้ลูกค้าเกิด ความพึงพอใจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

องค์ประกอบในการวัดผลการดำเนินงานส่วนบุคคลในหน่วยงานขายซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านทักษะ เป็นปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย ทักษะการฟัง และทักษะในการสื่อสาร ทักษะการขาย ทักษะการทำงานเป็นทีม และทักษะทางเทคนิค และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่งผลต่อการดำเนินงานของ หน่วยงาน

ขาย และปัจจัยอื่นๆรองลงมา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความถนัด ที่เกิดจากความชำนาญส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ ปัจจัยบทบาท ในด้านความเครียด ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการการจ่ายผลตอบแทน และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการดำเนินงานขายด้วยเช่นกัน โดยมี ปัจจัยเหตุคือปัจจัยด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล ประกอบด้วย การเสียสละในการดำเนินงาน การทำงานที่เป็นงานของตน กับบุคคลอื่น ผลตอบแทนที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ความสงบ พฤติกรรมการขาย การสร้างเครือข่ายทางสังคม การมีน้ำใจ มนุษยสัมพันธ์ นั้น ส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินงานของหน่วยขายด้วยเช่นกัน โดย ผลลัพธ์การดำเนินงาน จะส่งผลโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร ในด้าน ยอดขาย และผลกำไร

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานขายทั้ง 16 กรณี ซึ่งมี 5 องค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการดำเนินงานหน่วยขายผู้วิจัยได้ศึกษาถึงประเด็นสำคัญที่อยู่ในช่วง ปี พศ.2553-2557 พบประเด็นที่สำคัญดังนี้

(1) งานวิจัยที่ทำการศึกษการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของหน่วยขาย ที่พัฒนาโดย Churchill et al. (1985) นั้นมีนักวิจัยหลายท่านยังคงให้ความสำคัญและนำองค์ประกอบในการวัดผล ไปทำการต่อยอดงานวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย ทักษะ ความถนัด แรงจูงใจ บทบาท และ ด้านสิ่งแวดล้อม (Ramendra Singh และคณะ (2012) , Carsten Baumgarth, Lars Binckebanck (2011), AHMAD S.Z.a และคณะ(2010), Tanya Drollinger, Lucette B. Comer(2013), Ramendra Singh and Abraham Koshy (2010), René Y. Darmon and Xavier C. Martin(2011), Asiegbu, Ikechukwu Francis, Ph.D (2011), Ine's Ku ☐ster and Pedro Canales (2011), Ashraf M. Attia และคณะ (2014), Joseph M. Ntayiและคณะ (2010), Muhammad Ehsan Malik และคณะ (2011), Muhammad Ehsan Malik (2013), PaoloGuenzi (2010), PankajM.Madhani(2010) ซึ่งให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง โครงสร้างต่างๆ กับการดำเนินงานขาย.

(2) ปัจจัยเหตุที่สำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขายของหน่วยขายคือ พฤติกรรมของพนักงานขาย (Ramendra Singh และคณะ (2012), Guangping Wang(2012), Joseph M. Ntayi, John C. Munene, Sarah Eyaa (2010)

(3) ผลการดำเนินงานของหน่วยงานขาย ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ในด้านยอดขาย และกำไร(René Y. Darmon and Xavier C. Martin(2011), Asiegbu, Ikechukwu Francis, Ph.D (2011), Ramendra Singh and Abraham Koshy (2010)

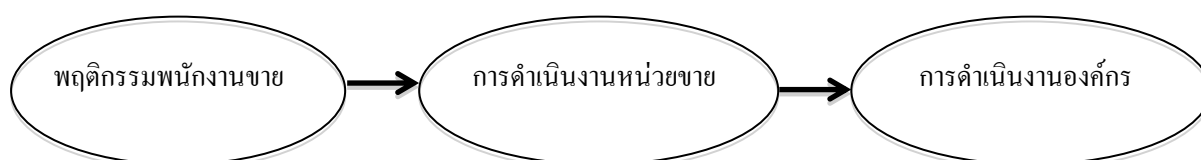
สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานหน่วยงานขาย ผู้วิจัยได้จัดทำ ข้อเสนอแนะดังนี้

1. องค์ประกอบการวัดผลการดำเนินงานของหน่วยงานขาย ทั้ง 6 องค์ประกอบ Churchill (1985) , Anderson (1987) ผู้วิจัยสามารถเลือกนำมาใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของงานวิจัย ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และ

ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยเหตุที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานเพิ่มเติม จากพฤติกรรมพนักงานขาย เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

2. จากผลการสังเคราะห์งานวิจัยผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิด ได้เพื่อใช้ในการศึกษาและพัฒนางานวิจัยต่อไปโดยผู้วิจัยได้ทำการวางกรอบแนวคิดไว้ดังนี้ ดังภาพ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิด การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานหน่วยขาย

รายการอ้างอิง

- พรพรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อสมรรถนะหลักของพนักงานขายในประเทศ กรณีศึกษาบริษัทตรีอรรณบุรีอุตสาหกรรมจำกัด.ค้นคว้าอิสระ.บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร มุณินิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแห่งประเทศไทย. <http://www.imetthai.com/ethicsall.php> เข้าถึงวันที่ 5 สิงหาคม 2557
- AFENDI HAMAT* and MOHAMED AMIN EMBI.(2010) CONSTRUCTIVISM IN THE DESIGN OF ONLINE LEARNING TOOLS. **European Journal of Educational Studies**, 2(3)
- AHMAD S.Z.a*, BASIR M. SAHb AND KITCHEN P.J.c . (2010) .The Relationship between Sales Skills and Salesperson Performance, and the Impact of Organizational Commitment as a Moderator: An Empirical Study in a Malaysian Telecommunications Company. **Journal of Economics and Management**, 4(2): 181 – 211 (2010)
- Ashraf M. Attia,M. Asri Jantan,Nermine Atteya,Rana Fakhr.(2014) .Sales training: comparing multinational and domestic companies. **Marketing Intelligence & Planning**, Vol. 32 No. 1, 2014
- Asiegbu, Ikechukwu Francis, Ph.D , Awa, H. Okorie, M.Sc; MBA , Akpotu, Christopher, Ph.D , Ogbonna, U. Benson, MBA. (2011) .Salesforce Competence Development and Marketing Performance of Industrial and Domestic Products Firms in Nigeria. Research Paper . **Far East Journal of Psychology and Business**, Vol 2 No 3,
- Carsten Baumgarth and Lars Binckebanck (2011).Sales force impact on B-to-B brand equity: conceptual framework and empirical test. Research paper. **Journal of Product & Brand Management**. 20/6 p487
- Churchill, G.A., Ford, N.M., Hartley, S.W. and Walker, O.C. (1985).The determinants of salesperson performance. a meta-analysis. **Journal of Marketing Research**, Vol. 22 No. 2,

- Erin Anderson and Richard L.Oliver (1987) . Perspectives on Behavior-Based Versus Outcome-Based Salesforce Control Systems . **Journal of Marketing**, Vol. 51 (October 1987), 76-88.
- Geraldine Lefoe.(1998). CREATING CONSTRUCTIVIST LEARNING ENVIRONMENTS ON THE WEB: THE CHALLENGE IN HIGHER EDUCATION. Creating Constructivist Learning Environments on the Web: The Challenge in Higher Education
- Guangping Wang, Wenyu Dou, and Nan Zhou.(2012). The interactive effects of sales force controls on salespeople behaviors and customer outcomes. **Journal of Personal Selling & Sales Management**, vol. XXXII, no. 2 (spring 2012), pp. 225–243.
- Ine s Ku ster and Pedro Canales.(2011).Compensation and control sales policies, and sales performance: the field sales manager’s points of view. **Journal of Business & Industrial Marketing**. 26/4 (2011) 273–285
- Jane Mills , Ann Bonner, Karen Francis(2006).The Development of Constructivist Grounded Theory. **International Journal of Qualitative Methods 2006**.
- Joseph M. Ntayi , John C. Munene , Sarah Eyaa (2010) .Salesforce behavioural performance of accounts relationship managers (ARMS) in Uganda’s commercial banks.A qualitative analysis. **Original Article, urnal of Retail & Leisure Property** Vol. 9, 1, 5–23
- Muhammad Ehsan Malik, Basharat Naeem and Waseem Ahmad (2013). Role of Optimism Subculture and Optimism in Salesforce Creative Performance: Empirical Evidence from Pharmaceutical Industry in Pakistan. **World Applied Sciences Journal**, 24 (8): 1037-1043
- Muhammad Ehsan Malik, Basharat Naeem, Basit Bin Ali (2011).Sales Force Organizational Citizenship Behavior: Role of Meaning at work and Conditions for Community. **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**. Vol 3, No 8.
- Pankaj M. Madhani (2010). Salesforce Compensation: Game Theory. **SCMS Journal of Indian Management**.
- Paolo Guenzi. (2010). Interpersonal trust in commercial relationships Antecedents and consequences of customer trust in the salesperson. **European Journal of Marketing**, Vol. 44 No. 1/2, 2010. pp. 114-138
- Philip Kotler (2012). Marketing Management 14 e GLOBAL EDITION. BOOK @ Pearson Education Limited 2012
- Ramendra Singh and Abraham Koshy (2010) .Determinants of B2B salespersons’ performance and effectiveness . **a review and synthesis of literatureJournal of Business & Industrial Marketing**. 25/7, p 535–546
- Ramendra Singh.(2011). An exploratory investigation into the hierarchical linkages between salespersons’ sales call activities and customers’ psychosocial benefits and terminal values. **Journal of Indian Business Research** Vol. 3 No. 2, 2011 pp. 103-116

- Ramendra Singh,Rakesh Singh(2012).Karma orientation in boundary spanning sales employees A conceptual framework and research propositions. **Journal of Indian Business Research** Vol. 4 No. 3, 2012
- René Y. Darmon and Xavier C. Martin(2011).A new conceptual framework of sales force control system. **Journal of Personal Selling & Sales Management**, vol. XXXI, no. 3 (summer 2011), pp. 297–310.
- Tanya Drollinger,Lucette B. Comer.(2013).Salesperson’s listening ability as an antecedent to relationship selling. **Journal of Business & Industrial Marketing**, 28/1 (2013) 50–59, Emerald Group Publishing Limited [ISSN 0885-8624]

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลขององค์กรเอกชน
ในภาคตะวันออก**

**FACTORS AFFECTING PRIVATE ORGANIZATIONAL BUYING PICK UP
TRUCKS IN EASTERN REGION**

รัศมีริน ชิติมูทา

นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: maxky02@hotmail.com

ภูวเดช โหระเรือง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

Email: fmsbvh@src.ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการตลาดของผู้จำหน่ายรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคล ศึกษาลักษณะองค์กร ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อพฤติกรรมการซื้อขององค์กรเอกชน และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลของผู้มีส่วนร่วมนตลาดอันดับ 1 และอันดับ 2 ขององค์กรเอกชนในภาคตะวันออก เครื่องมือและตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับฝ่ายการตลาดหรือผู้จัดการของผู้จำหน่ายรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุก จำนวน 14 คน และแบบสอบถามสำหรับองค์กรเอกชนผู้ซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลของผู้มีส่วนร่วมนตลาดอันดับ 1 และอันดับ 2 ในภาคตะวันออก จำนวน 352 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องมือโดยใช้แบบสอบถาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร และลักษณะขององค์กรเอกชนผู้ซื้อรถกระบะด้านประเภทธุรกิจขององค์กรที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตรารถกระบะที่องค์กรใช้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่วนใหญ่มีลักษณะการซื้อรถกระบะขององค์กรคือ เป็นการซื้อซ้ำโดยการเปลี่ยนตราสินค้าไปเรื่อยๆ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตรารถกระบะที่องค์กรใช้ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่ายและบริการ (Place, Service) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านราคา (Price) ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการตลาด, ผู้ตัดสินใจซื้อ, พฤติกรรมการซื้อ, องค์กรเอกชน

ABSTRACT

The objective of this Thesis is to study and compare marketing strategies adopted by Pickup Trucks Distributors, as well as, to study structure of Private Organizations, characteristics of decision makers and buying behaviors in those organizations. This thesis also studies factors influencing Private Organizations' buying behaviors of 1st and 2nd Market Share Branded Pickup Trucks in the eastern region of Thailand. In-depth interviews with 14 Marketing Executives and/or Managing Directors of Pickup Trucks Distributors are applied in this study. In addition, survey questionnaire is also distributed to 352 Private Organizations who purchases 1st and 2nd Market Share Branded Pickup Trucks in the eastern region of Thailand. Statistical Analysis used for this Thesis are Averages, Percentage, T-Test and One-Way ANOVA.

Data gathered revealed that in Private Organizations, there is a statistical difference between buying behaviors of individuals with purchase decision making power and organizational buying behaviors of the Private Organizations themselves. That is, marketing mix adopted by Pickup Trucks Distributors statistically influences buying behaviors of individuals with purchase decision making power and organizational buying behaviors differently at significant level of 0.05. The study further revealed that for "modified rebuy", majority of individuals with purchase decision making power switch brands between 1st and 2nd Market Share Brand. Factors influencing "modified" rebuy buying behavior, by order of significance are Product, Place/Service, Promotions followed by Price, where Product has the most significant influence.

KEY WORD: Marketing Strategies, Decision Makers, Buying behaviors, Organization

บทนำ

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศทั้งในด้านการผลิต การตลาด การจ้างงาน การพัฒนาเทคโนโลยีและมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ อีกหลายประเภทจึงกลายเป็นแหล่งลงทุนและศูนย์กลางของผู้ผลิตยานยนต์ทั่วโลก เช่น ประเทศญี่ปุ่น ทวีปยุโรป อเมริกาเหนือและเป็นฐานการผลิตรถกระบะส่วนบุคคลเป็นอันดับต้นของโลก หากเมื่อพิจารณาการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น และเป็นทรัพย์สินที่ทุกครัวเรือนหรือทุกองค์กรมีเพื่อใช้ประโยชน์แล้ว ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลตราโตโยต้าและตราฮิซุซุ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของภาคธุรกิจอาจเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ประกอบการ/บุคลากรในองค์กร และเป็นตราที่มีการแข่งขันใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะขององค์กร ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลของลูกค้านักธุรกิจรวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลตราโตโยต้าและตราฮิซุซุ ใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความพึงพอใจให้แก่องค์กรผู้ซื้อจนสามารถมีส่วนครองตลาดได้เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ที่ต้องการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาลักษณะองค์กร ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการซื้อขององค์กรเอกชน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกทุกส่วนบุคคลของผู้มีส่วนร่วมนคราอันดับ 1 และอันดับ 2 ขององค์กรเอกชนในภาคตะวันออก และเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดของผู้จำหน่ายในภาคตะวันออก จำหน่ายรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกทุกส่วนบุคคลของผู้มีส่วนร่วมนคราอันดับ 1 และอันดับ 2

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การซื้อขององค์กร คือกระบวนการตัดสินใจในรูปแบบขององค์กร เริ่มต้นจากความต้องการซื้อสินค้าและบริการ การประเมินทางเลือก และการเลือกของตราสินค้าและผู้จำหน่ายจากทางเลือกนั้น (Kotler and Keller, 2009 อ้างถึง Webster and Wind, 1972) ส่วนสถานการณ์การซื้อที่สำคัญมี 3 สถานการณ์ (วารุณี ต้นตึงศ์ วาณิช และคณะ, 2552) สถานการณ์ที่หนึ่งคือ การซื้อซ้ำเป็นประจำ (Straight Rebuy) หมายถึงการตัดสินใจซื้อเป็นประจำ อีกสถานการณ์หนึ่งคือ การซื้อครั้งแรก (New-Task) และสถานการณ์สุดท้ายเป็นการซื้อที่อยู่ระหว่างการซื้อสองประเภทข้างต้นคือ การซื้อซ้ำแบบมีการปรับเปลี่ยน (Modified Rebuy) ผู้ซื้อทำการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุดต่อการซื้อซ้ำเป็นประจำ และทำการตัดสินใจมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อครั้งแรก ในสถานการณ์การซื้อครั้งแรกผู้ซื้อต้องตัดสินใจถึงเกณฑ์ในการเลือกสินค้า ผู้จัดหา ข้อจำกัดด้านราคา เงื่อนไขการชำระเงิน ปริมาณการสั่งซื้อ เวลาในการสั่งซื้อและเงื่อนไขการให้บริการ ลำดับของการตัดสินใจแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ และผู้มีส่วนตัดสินใจจะมีอิทธิพลต่อทางเลือกแต่ละทางเลือกแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งกระตุ้นทางการตลาดสำหรับการซื้อทางธุรกิจประกอบด้วยส่วนประสมการตลาด 4 ประการ (4Ps) อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (วารุณี ต้นตึงศ์ วาณิช และคณะ, 2552)

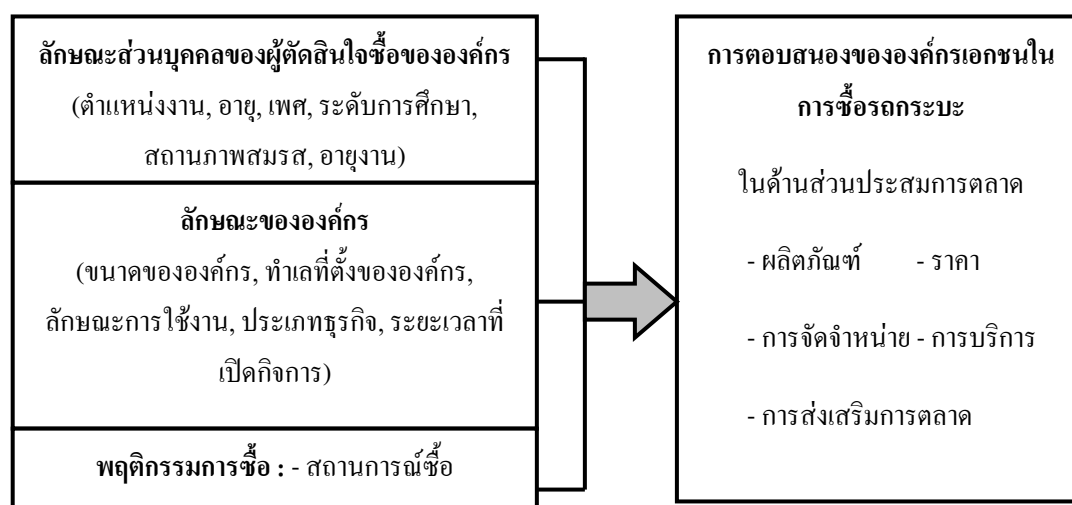
Dwyer and Tanner (2009) ได้กล่าวเกี่ยวกับทฤษฎีบทบาทไว้ว่า เมื่อบุคคลเพียงคนเดียวตัดสินใจซื้อเพื่อองค์กร การตัดสินใจนั้นถือเป็นอิสระ แต่ในกรณีที่การตัดสินใจซื้อนั้นมีหลายบุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง กลุ่มคนเหล่านี้จะเรียกได้ว่าเป็น ศูนย์รวมการซื้อ (Buying Center) หรือหน่วยการตัดสินใจ (Decision Making Unit) และรณชัย ต้นตระกูล (2552) ได้กล่าวไว้ว่าโดยทั่วไปศูนย์รวมการซื้อประกอบด้วยบุคคล และกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการของการตัดสินใจซื้อ ไม่ว่าจะเป็นภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กร สำหรับประเทศไทยนั้นถ้าเป็นองค์กรภาครัฐการจัดซื้อก็จะขึ้นอยู่กับคณะกรรมการ ข้าราชการประจำ แต่ถ้าเป็นภาคเอกชนก็มักจะขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจในฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของกิจการ ซึ่งผู้มีบทบาทในการตัดสินใจซื้อของตลาดธุรกิจประกอบด้วย 1) ผู้ใช้ (User) 2) ผู้มีอิทธิพล (Influencers) 3) ผู้ตัดสินใจ (Deciders) 4) ผู้ควบคุมดูแล (Gatekeepers) 5) ผู้ซื้อ (Buyer)

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว สามารถกำหนดสมมติฐานแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ และพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังภาพประกอบ 1

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร ประกอบด้วย ตำแหน่งงาน อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน

2. ลักษณะด้านองค์กร ประกอบด้วย ขนาดขององค์กร ทำเลที่ตั้งขององค์กร ระยะเวลาที่เปิดกิจการ ลักษณะการใช้งานและประเภทธุรกิจ ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน

3. พฤติกรรมการซื้อในด้านสถานการณ์การซื้อขององค์กรเอกชน ประกอบด้วย ซื้อครั้งแรก (New Task) ซื้อซ้ำแบบมีการปรับเปลี่ยน (Modified Rebuy) และซื้อซ้ำเป็นประจำ (Straight Rebuy) ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัย ทางด้านส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ฝ่ายการตลาด หรือผู้จัดการของผู้จัดจำหน่ายในภาคตะวันออก ผู้จำหน่ายรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลของผู้มีส่วนครองตลาดอันดับ 1 และอันดับ 2 ประกอบด้วย 7 จังหวัด คือ จันทบุรี ชลบุรี ตราด ระยอง ฉะเชิงเทรา ประจันบุรี และสระแก้ว โดยเลือกจังหวัดละ 1 ผู้จัดจำหน่ายของแต่ละตราที่มียอดขายสูงที่สุดมีจำนวนทั้งสิ้น 14 ผู้จำหน่าย ประชากรกลุ่มที่ 2) ผู้ตัดสินใจซื้อ ขององค์กรเอกชนในภาคตะวันออก ผู้ซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลของผู้มีส่วนครองตลาดอันดับ 1 และอันดับ 2 ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลปี พ.ศ. 2553 ที่มีสถานะยังดำเนินการอยู่ในปี พ.ศ.2554 มีจำนวนทั้งสิ้น 693 บริษัท ใช้การคำนวณหาขนาดของตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane's (สิน พันธุ์พินิจ, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ตัวอย่าง จำนวน 254 องค์กร อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะสำรองตัวอย่างเพื่อป้องกันข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์เพิ่มเป็น 352 องค์กร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 รูปแบบ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้บริหารหรือฝ่ายการตลาดของผู้จัดจำหน่ายกระบะ และแบบสอบถามสำหรับผู้ซื้อองค์กรเอกชนผู้ซื้ออรรถระบะ ซึ่งมีคำถามทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ลักษณะขององค์กรเอกชนผู้ซื้ออรรถระบะ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออรรถระบะขององค์กรเอกชนในภาคตะวันออก 4) ส่วนประสมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้าขององค์กรเอกชน ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในด้านความตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องข้อคำถาม (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่ามีค่าความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่

กำหนดทุกข้อ (ค่า IOC มากกว่า 0.50) การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ 1 โดยผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์เข้าไป สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งโทรนัดวันเวลาทางโทรศัพท์เพื่อขอความร่วมมือ และ การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับ กลุ่มตัวอย่างที่ 2 โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและขอความร่วมมือสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 73.1 อยู่ในช่วงอายุ 31 – 40 ปี และมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 46.31 และ 76.14 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี/เทียบเท่า ร้อยละ 67.05 และมีตำแหน่งงานในองค์กรธุรกิจ ณ ขณะตัดสินใจซื้อร้อยละ คือ เป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน (ในตำแหน่งงานที่ทำอยู่) ณ ขณะตัดสินใจซื้อร้อยละ 6 - 10 ปี ร้อยละ 50.85 และ 42.61 ตามลำดับ **ลักษณะขององค์กรเอกชน**ผู้ซื้อร้อยละ ของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร พบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะขององค์กรขนาดเล็ก (จำนวนพนักงานต่ำกว่า 50 คน) ร้อยละ 63.92 โดยมีทำเลที่ตั้งขององค์กร อยู่ นอกอำเภอเมือง ร้อยละ 64.20 มีระยะเวลาในการดำเนินการมากกว่า 10 ปี ถึงร้อยละ 70.45 โดยลักษณะการซื้อ ก็คือซื้อเพื่อใช้สำหรับบรรทุกสิ่งของเป็นหลัก ร้อยละ 57.67 และมีประเภทธุรกิจขององค์กร คือ ธุรกิจบริการ ร้อยละ 36.93 ซึ่งใกล้เคียงกับประเภทธุรกิจผลิต ที่มีร้อยละ 36.93 **พฤติกรรม การซื้อ**ร้อยละที่จดทะเบียนเมื่อปีพ.ศ. 2553 ของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร พบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะการซื้อร้อยละขององค์กร คือ เป็นการซื้อซ้ำแบบมีการปรับเปลี่ยน ซื้อซ้ำเป็นประจำ และซื้อครั้งแรก ร้อยละ 44.60 ร้อยละ 42.61 ร้อยละ 12.78 ตามลำดับ **ส่วนประสมการตลาด** ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราร้อยละที่องค์กรใช้ พบว่า ตัดสินใจซื้อขององค์กร มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราร้อยละที่องค์กรใช้ ในภาพรวม และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับระดับความคิดเห็นในแต่ละด้านของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่ายและบริการ (Place, Service) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านราคา (Price) ตามลำดับ

ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเห็นว่ากลยุทธ์การตลาดของผู้จำหน่ายรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของผู้มีส่วนร่วมนครตลาดอันดับ 1 และ อันดับ 2 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความคิดเห็นในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เทียบเคียงกันทั้งนี้ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบจากการศึกษาความคิดเห็นในแต่ละด้านของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะตัดสินใจเลือกจากความเชื่อถือในตราของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดของผู้มีส่วนร่วมนครตลาดอันดับ 1 และอันดับ 2 จึงไม่แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อร้อยละ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานในองค์กรธุรกิจ และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ระดับความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราร้อยละที่องค์กรใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ทดสอบสมมติฐานที่ 2 ลักษณะขององค์กรเอกชนผู้ซื้อรถกระบะ พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านประเภทรถขององค์กร ปัจจัยเดียวที่มีผลทำให้ระดับความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตรารถกระบะที่องค์กรใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทดสอบสมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการซื้อในด้านสถานการณ์การซื้อขององค์กรเอกชน ประกอบด้วย ซื้อครั้งแรก (New Task) ซื้อซ้ำแบบมีการปรับเปลี่ยน (Modified Rebuy) และซื้อซ้ำเป็นประจำ (Straight Rebuy) ที่แตกต่างกัน จะมีความความคิดเห็นในเรื่องปัจจัย ทางด้านส่วนประสมการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อรถกระบะขององค์กร ทุกปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ระดับความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตรารถกระบะที่องค์กรใช้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และมีตำแหน่งเป็นพนักงาน/เจ้าหน้าที่ จะมีความความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตรารถกระบะที่องค์กรใช้ ในภาพรวมสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ผลการศึกษาทางด้านลักษณะส่วนบุคคล มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของนักสกร สักดานูวงศ์ (2545) ศึกษาเรื่องการวัดคุณค่าตราสินค้าในตราที่มุ่งสู่องค์กรเอกชน ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุอยู่ในช่วง 25 - 30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ระดับตำแหน่งงานเป็นผู้บริหารระดับกลาง เช่น ผู้จัดการฝ่าย ผู้ช่วยผู้จัดการและหัวหน้าแผนก ในส่วนของระยะเวลางานในตำแหน่งปัจจุบันเฉลี่ยอยู่ที่ 6 ปี ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ดังนั้นเป็นสิ่งที่ท้าทายให้แก่ผู้จัดการจำหน่ายรถยนต์แล้วว่าจะทำอย่างไรที่จะทำให้กลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อเหล่านี้เลือกซื้อรถกระบะของตนเอง ปัจจัยส่วนบุคคลที่พบดังกล่าวนี้ชี้ให้เห็นถึงลักษณะของบุคคลที่เป็นพนักงานในองค์กรมากกว่าที่จะเป็นเจ้าของ คนกลุ่มนี้จะต้องพิจารณารายละเอียดของสินค้าอย่างถี่ถ้วนอย่างมากในการตัดสินใจซื้อเนื่องจากอยู่ในความรับผิดชอบของตน โดยวารุณี ดันติวงศ์วณิช และคณะ (2552) ได้อธิบายถึงปัจจัยส่วนบุคคลว่า ปัจจัยส่วนบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการกระบวนการตัดสินใจซื้อแต่ละรายมักจะพกพาเอาแรงจูงใจ การรับรู้และความชอบส่วนตัวเข้ามาร่วมตัดสินใจด้วย โดยผลการทดสอบสมมติฐานทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลนี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรเชษฐ์ ดิงสมิตร (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นิสสันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับผลการศึกษาของวรพัฒน์ เมฆสุวรรณ (2545) ศึกษาเรื่องโครงสร้างตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านส่วนประสมการตลาดที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ พันธศักดิ์ จินดาภัย (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองของผู้บริโภคในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสองโดยภาพรวม เมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัจจัยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ส่วนลักษณะขององค์กรเอกชนผู้ซื้อรถกระบะ พบว่า มีเพียงปัจจัยทางด้านประเภทธุรกิจขององค์กร ปัจจัยเดียวที่มีผลทำให้ระดับความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตรารถกระบะที่องค์กรใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งองค์กรที่มีธุรกิจประเภทผลิต และธุรกิจค้าปลีก/ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นในภาพรวมสูงกว่า องค์กรที่มีธุรกิจประเภทบริการ ดังนั้นองค์กรที่ทำธุรกิจประเภทผลิต ค้าปลีก/ค้าส่ง จะต้องคำนึงถึงความแข็งแกร่ง ทนทาน และสมรรถนะของรถกระบะเป็นหลัก รวมทั้งการลดต้นทุนด้วยการคำนึงถึงรถกระบะที่มีศักยภาพ ทางด้านการประหยัดเชื้อเพลิง ดังนั้นการทำการตลาดกับกลุ่มตลาดดังกล่าวจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์รถกระบะให้ ได้คุณสมบัติดังกล่าว ซึ่งวิเชียร วงศ์นิษฐากุล และคณะ (2553) ได้กล่าวถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าจะต้อง สร้างมาเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและจะต้องมีรูปแบบ ลักษณะคุณภาพและ คุณสมบัติอื่นๆ ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาด ด้านนี้อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องความสวยงามของรูปลักษณ์ภายนอก อัตราการ สิ้นเปลืองเชื้อเพลิงต่ำ และมีความสามารถในการบรรทุกสูงก็สามารถบรรทุกได้ปริมาณมาก เนื่องจากกลุ่ม องค์กรธุรกิจภาคตะวันออกนั้นซื้อรถกระบะเพื่อการใช้งานอย่างหนัก โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อการ บรรทุกสิ่งของ ดังนั้นนักการตลาดควรวางแผนการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการกับกลุ่มธุรกิจนี้ให้ตรง ความต้องการอย่างต่อเนื่องเพื่อการเติบโตขององค์กร

2. ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วน ประสมการตลาด ด้านนี้อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตัดสินใจซื้อให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องของการขายต่อ จะต้อง เป็นรถที่ได้ราคาดี (ราคาสูง) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งหมายถึงว่าผู้ซื้อนั้นมีความสามารถในการ พิจารณาในเรื่องของราคาและสินค้าว่าสมเหตุสมผลหรือไม่ ซึ่งลูกค้าไม่ได้ใส่ใจว่ารถกระบะนั้นจะราคา สูงหรือต่ำจนเกินไป แต่ลูกค้าเลือกตัดสินใจจากสิ่งที่ได้กับเงินที่เสียไปมากกว่า เป็นสิ่งที่ผู้ผลิต และจัดจำหน่าย จะต้องวางแผนพัฒนา กลยุทธ์ทางด้านราคาของรถกระบะให้เหมาะสมกับคุณค่าที่ผู้ซื้อจะได้รับ และพยายาม ควบคุมราคาตลาดมือสองให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เช่นการ มีร้านรับซื้อแลกเปลี่ยนรถกระบะมือสองเป็นของ ตัวเอง เป็นต้น

3. ด้านการจัดจำหน่ายและบริการ (Place, Service) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรมีระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ด้านนี้อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตัดสินใจซื้อให้ความสำคัญกับประเด็น เรื่องของความสุภาพของพนักงานบริการ ศูนย์บริการที่มีความทันสมัย และมีสาขาของศูนย์บริการ ให้เลือกใช้ บริการ เพื่อความสะดวกสบายในการใช้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายจะต้องพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ให้ เหมาะสมกับผู้ให้บริการในการเข้ามาให้บริการแต่ละครั้ง รวมทั้งการกระจายสาขาของศูนย์บริการให้มีครอบคลุม มากยิ่งขึ้น เพื่อความสะดวกสบายในการใช้บริการของผู้บริโภค และที่สำคัญคือต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความ พร้อมทางด้านการบริการ ทั้งการบริการที่สุภาพ การมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย โดยมิ การฝึกอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยอาจมีการตั้งระดับความเชี่ยวชาญของพนักงาน โดยมีรายได้ที่

เพิ่มขึ้นจากระดับความเชี่ยวชาญนั้น เช่น การให้พนักงานคนหนึ่ง เป็นผู้เชี่ยวชาญทางการขาย รถกระบะรุ่น HILUX VIGO โดยตรง เป็นต้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ด้านนี้อยู่ในระดับมาก แต่อย่างไรก็ดีปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางการส่งเสริมการตลาด ถูกให้ความสำคัญจากผู้ตัดสินใจซื้อเป็นอันดับสุดท้าย โดยผู้ตัดสินใจซื้อให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องของการแถมอุปกรณ์ตกแต่งหลายอย่าง และการแถมประกันภัยชั้น 1 มากที่สุด ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายควรจะต้องเลือกคัดสรรอุปกรณ์ตกแต่งที่มีคุณภาพ รวมทั้งการเลือกบริษัทประกันภัยชั้น 1 ที่มีความมั่นคง มีประสิทธิภาพทางการบริการที่ดีที่สุดมาให้แก่กลุ่มผู้ซื้อ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กรมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านนี้อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดเพื่อความต่อเนื่องของการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่าควรทำการศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษากลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลขององค์กรเอกชนในภาคตะวันออก โดยใช้ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีสามเหลี่ยมกลยุทธ์ทางธุรกิจ ของ Philip Kotler (2013) โดยการศึกษาทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ การวางตำแหน่ง การสร้างความแตกต่าง และตราสินค้า มาใช้ในการศึกษา และ เนื่องจากการศึกษานี้พบว่าพฤติกรรมของผู้ซื้อของผู้ตัดสินใจซื้อขององค์กร นั้นมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม เพื่อความต่อเนื่องของผลการศึกษา และเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรผู้ผลิต จึงควรมีการศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการซื้อรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลขององค์กรเอกชนในภาคตะวันออก เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มผู้ซื้อเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า และซื้อผลิตภัณฑ์เดิมต่อไปในอนาคต รวมถึงการบอกต่อบุคคลอื่น ถึงข้อดีของตราสินค้านั้น ๆ ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กรมขนส่งทางบก. 2552. เผยวิกฤตเศรษฐกิจส่งผลยอดขายรถกระบะใหม่ (ป้ายแดง) ทั่วประเทศ ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 กว่าร้อยละ 20 (Online). 29 มกราคม 2554, <http://chiangraidlt.go.th>.
- กรมขนส่งทางบก. 2553. จำนวนรถยนต์ประเภทกระบะบรรทุกส่วนบุคคลที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2551 - 2553. กรุงเทพมหานคร.
- กรมการขนส่งทางบก. 2553. จำนวนรถจดทะเบียนใหม่ ปี 2553 (Online). 21 มกราคม 2554 http://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html.
- โตโยต้า. 2554. ค้นหาผู้แทนจำหน่าย (Online). http://www.toyota.co.th/th/dealer_search.asp, 22 เมษายน 2554.
- โตโยต้า. 2554. สรุปยอดจำหน่าย (Online). http://www.toyota.co.th/th/sale_volum.asp, 22 เมษายน 2554.
- นภัสกร สักดานวงศ์. 2545. “การวัดคุณค่าตราสินค้าในตลาดที่มุ่งสู่องค์กรเอกชน.” วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พันธุศักดิ์ จินดาชัย. 2549. “ความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง.” วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

- รณชัย ตันตระกูล. 2552. **การบริหารจัดการการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซีเค แอนด์เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- วรพัฒน์ เมฆสุวรรณค์. 2545. “โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วารุณี ดันดวงศ์วานิช และคณะ. 2552. **หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด. แปลจาก Philip Kotler. 2009. *Principles of Marketing*.
- วิเชียร วงศ์นิชชากุล, ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, และ โชติรส กมลสวัสดิ์. 2553. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 4. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรเชษฐ์ ดิงสมิตร. 2548. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อิซูซุ. 2554. **เครือข่ายผู้แทนจำหน่าย (Online)**. 22 เมษายน 2554, http://isuzu-tis.com/2010/dealer_sales.html.
- Kotler P. and K. L. Keller. 2009. **Marketing Management**. United States of America: Prentice-Hall, Inc.
- Robert D. F. and R. F. Dwyer. 2009. **Business Marketing**. Singapore: McGraw-Hill Companies Inc.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING DECISION TO BUY IPHONES AMONG PEOPLE IN BANGKOK

ประมุข ขาวปากช่อง

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดร.ชุดิมาวดี ทองจีน

อาจารย์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณค่าตราสินค้า ค่านิยมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีการใช้โทรศัพท์มือถือไอโฟน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่นิยมใช้งานแอปพลิเคชัน Line ผ่าน PC/Notebook ใช้โทรศัพท์มือถือไอโฟนมากกว่า 3 ปี และเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือไอโฟนมากกว่า 3 ปี มีการรับรู้ว่าคุณค่าตราสินค้า ไอโฟน ช่วยให้ผู้ใช้มีความภูมิใจในการใช้งานมากที่สุดมีค่านิยมเกี่ยวกับ ไอโฟน จะสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้งานมากที่สุด เห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการมีสถานที่จัดจำหน่ายมีมาก หลายสาขา มากที่สุดและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือแบรนด์ ไอโฟน เมื่อได้ทำการเปรียบเทียบคุณสมบัติต่าง ๆ กับมือถือแบรนด์อื่น มากที่สุด สรุปผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้คุณค่าตราสินค้า ค่านิยมส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและพบว่าส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนมากที่สุด รองลงมาคือ ค่านิยมและการรับรู้คุณค่าตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณค่าตราสินค้า, ค่านิยม, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, ไอโฟน

ABSTRACT

The objective of this research was to study the influence of brand equity, values, and marketing mix factors on people's decision to buy Iphones. The sample group in this study was 400 people in Bangkok who

used iPhones, selected by the convenience sampling method. Questionnaires were used as the data collection tool after being checked for content validity by experts in the field. The statistical data analysis was conducted by using descriptive statistics including percentage, mean, standard deviation, and the inferential statistics including the Multiple Regression Analysis.

Demographic data showed that most participants were female, single, aged 31-40 years old, business owners or entrepreneurs, had a bachelor's degree, and an average monthly income of THB20,001-30,000. They used ไอโฟนs, liked to chat on the LINE application on PC/Notebook, had been using a smart phone for over three years, and had changed the smart phone for more than three years. Their highest perception on the iPhones brand was that it made users feel proud. Their highest values involved the reliable image that iPhones could build for its users. In terms of marketing mix factors, the top impression was that there were a lot of shops and branches that sell ไอโฟนs. The top rated factor that made them decide to buy the iPhones brand was its properties compared to other brands.

The results from the hypothesis testing showed that there was a relationship between the perception of brand equity, values, and marketing mix factors, and the decision to buy iPhones among people in Bangkok. It was also found that marketing mix factors had the highest impact on the decision to buy iPhones, followed by values, and brand equity, with a statistical significance of 0.05.

KEYWORDS: brand equity, values, marketing mix factors, decision to buy, iPhones

บทนำ

โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญมากขึ้นทุกวันและคนทั่วโลกนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาหลังการเข้ามาในประเทศไทยอย่างเต็มตัวของโทรศัพท์มือถือที่รองรับระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ที่มีฟังก์ชันการใช้งานที่ตอบสนองการทำงานและชีวิตส่วนตัวทำให้ผู้คนสามารถจะติดต่อสื่อสารทั้งเสียงและอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกสบายทำให้ปริมาณการใช้งานโมบายอินเทอร์เน็ต (Mobile Internet) ซึ่งเป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายการสื่อสารของโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด (จุติพงศ์ เจริญไพศาล, 2554, หน้า 4) สำหรับในประเทศไทยผู้ประกอบการโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนจะพบผู้ครองตลาดอยู่ 2 แปรนด ได้แก่ ซัมซุง และไอโฟน ตัวเลขส่วนแบ่งตลาดสมาร์ทโฟนของปี 2556 พบว่าส่วนแบ่งของไอโฟนในตลาดสมาร์ทโฟนลดลงเหลือ 13.2% จาก 16.6% ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนในทางกลับกันส่วนแบ่งตลาดของสมาร์ทโฟนระบบแอนดรอยด์เพิ่มขึ้นจาก 69.1% เป็น 79.3% จากตัวเลขจะเห็นได้ว่าไอโฟนยังมีส่วนแบ่งการตลาดที่ต่ำกว่าซัมซุง ดังนั้นไอโฟนจึงดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อทำการดึงดูดลูกค้าให้สนใจและสร้างความเชื่อใจ อาทิ การออกจำหน่ายไอโฟน 5C ที่เหมาะสำหรับกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางและล่าง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้

แต่อย่างไรก็ตามนอกจากความสามารถและเทคโนโลยีที่ทันสมัยของสมาร์ทโฟนอย่างไอโฟนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อของลูกค้าแล้วยังพบว่าในสังคมเมืองไทยได้เกิดค่านิยมการใช้ไอโฟนเพื่อเสริมบุคลิก เพื่อการเข้าสู่สังคม ดังเช่นงานวิจัยของอารีรัตน์ ครุณิดิวัฒน์ (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม

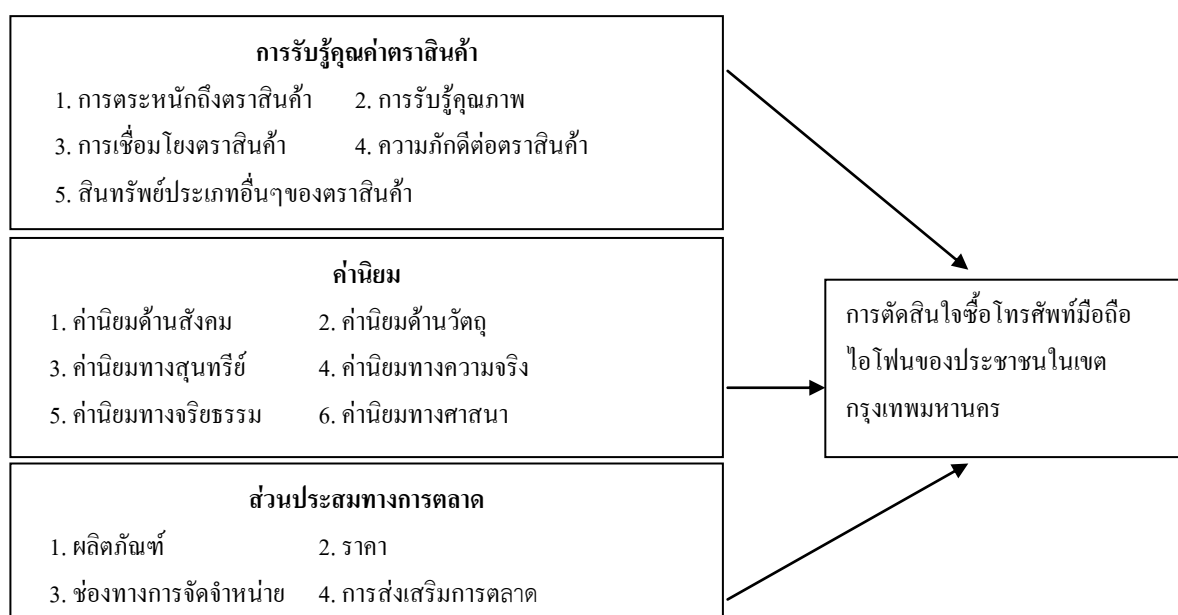
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ ไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ ไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพ 1 กรอบแนวความคิด

สมมติฐานการวิจัย

1. การรับรู้คุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

Kotler (2009, p 235) กล่าวว่า คุณค่าตราสินค้าเป็นคุณค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยจะสะท้อนถึงวิธีคิดความรู้สึกรู้สึกหรือการแสดงออกของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับตราสินค้าเช่นเดียวกับราคาส่วนแบ่งการตลาดและความสามารถในการทำกำไร คุณค่าตราสินค้าเป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่มีคุณค่าด้านจิตใจ จะมีผลต่อการตัดสินใจ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ (Aaker, 1991, p 13)

สมบุญ ดันยะ (2542, หน้า 94) กล่าวว่า ค่านิยมของบุคคลเกิดขึ้นจากแรงผลักดันภายในตัวบุคคลและสภาพแวดล้อมสังคม วัฒนธรรม ค่านิยมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าแรงผลักดันภายในหรือสภาพแวดล้อมภายนอกเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนั้นค่านิยมของบุคคลที่มีสถานภาพและประสบการณ์ด้านต่างๆ ในชีวิตแตกต่างกันไปและค่านิยมของบุคคลเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลจะก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า

Kotler (2000, p 37) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดคือสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจสิ่งที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้เช่นสินค้าบริการความคิดสถานที่องค์กรหรือบุคคล ซึ่งสิ่งที่เสนอขายจะเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการจะกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าได้โดยวิธีการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อสินค้าประกอบด้วยปัจจัยภายในคือแรงจูงใจการรับรู้ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้บริโภค

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้คือ

1. ประชากร ที่ใช้ศึกษาเป็นประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีการใช้โทรศัพท์มือถือไอโฟน
2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบตามสะดวกและใช้จำนวน 400 คน ได้จากสูตรคำนวณของ Yamane (1967)
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่ประกอบด้วย
 - ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม
 - ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า
 - ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับค่านิยม
 - ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยจะเป็นการวัดข้อมูลแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ ของ Likert Scale มีข้อคำถามให้เลือก 5 ระดับไล่ตั้งแต่ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด และระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค พบว่ามีค่าแอลฟาของครอนบัค รวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.907 ซึ่งเป็นที่น่าพอใจ และมีค่าแอลฟาของครอนบัค แยกเฉพาะแต่ละด้านสูงเป็นที่น่าสนใจจากนั้นนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ ไอโฟน นิยมใช้งานแอปพลิเคชัน Line ผ่าน PC/Notebook ใช้โทรศัพท์มือถือไอโฟนมากกว่า 3 ปี และเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือไอโฟนมากกว่า 3 ปี ซึ่งมีการรับรู้คุณค่าตราสินค้า ไอโฟน โดยรวมในระดับมากที่สุด

ส่วนการรับรู้ว่าตราสินค้า ไอโฟน ช่วยให้ผู้ใช้มีความภูมิใจในการทำงาน เป็นลำดับแรกรองลงมาก็คือตราสินค้า ไอโฟน ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าระดับประเทศและตราสินค้า ไอโฟนมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจดจำได้ง่ายและรับรู้คุณค่าตราสินค้า ไอโฟนที่ทำให้ทราบถึงแอปพลิเคชันของสินค้าทันทีเป็นลำดับสุดท้าย

ตาราง 1 ระดับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า

การรับรู้คุณค่าตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
การตระหนักถึงตราสินค้า	4.14	0.700	มาก
การรับรู้คุณภาพ	4.37	0.857	มากที่สุด
การเชื่อมโยงตราสินค้า	4.25	0.795	มากที่สุด
ความภักดีต่อตราสินค้า	4.33	0.657	มากที่สุด
สินทรัพย์ประเภทอื่นๆของตราสินค้า	4.48	0.605	มากที่สุด
รวม	4.31	0.722	มากที่สุด

ค่านิยมเกี่ยวกับ ไอโฟน โดยรวมในระดับมาก โดยโทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟนจะสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้งาน เป็นลำดับแรกรองลงมาก็คือ การใช้โทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟนเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิตและการใช้โทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟนเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต และมีค่านิยมการใช้โทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟนสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคมได้ดีเป็นลำดับสุดท้าย

ตาราง 2 ระดับค่านิยม

ค่านิยม	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ค่านิยมด้านสังคม	3.57	0.696	มาก
ค่านิยมด้านวัตถุ	4.37	0.661	มากที่สุด
ค่านิยมทางสุนทรีย์	3.76	0.691	มาก
ค่านิยมทางความจริง	4.31	0.666	มากที่สุด
ค่านิยมทางจริยธรรม	4.25	0.699	มากที่สุด
ค่านิยมทางศาสนา	3.64	0.593	มาก
รวม	3.98	0.667	มาก

สรุปผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและราคา เป็นลำดับสุดท้าย

ตาราง 3 ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. ผลิตภัณฑ์	4.10	0.888	มาก
2. ราคา	3.56	0.821	มาก
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.03	0.845	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด	3.73	0.826	มาก
รวม	3.88	0.843	มาก

สรุปผลการศึกษาด้านการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟน โดยรวมในระดับมาก โดยมีการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟน เมื่อได้ทำการเปรียบเทียบคุณสมบัติต่าง ๆ กับมือถือแบรนด์อื่น เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟน เมื่อเห็นโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ หรือจากคำรีวิวของบุคคลที่เคยใช้งานและตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือแบรนด์ไอโฟน เพราะเชื่อในคุณภาพและมาตรฐานของแบรนด์ไอโฟน

ส่วนการมีค่านิยมที่ดีกับมือถือยี่ห้ออื่น เป็นลำดับสุดท้าย และสรุปผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า การรับรู้คุณค่าตราสินค้า ค่านิยมส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 22.5 ($R^2 = 0.225$) ส่วนร้อยละ 77.5 เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ และพบว่าค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟน (Beta เท่ากับ 0.366) มากที่สุด รองลงมาคือ ส่วนผสมทางการตลาด (Beta เท่ากับ 0.268) และการรับรู้คุณค่าตราสินค้า (Beta เท่ากับ 0.176) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าตราสินค้า ค่านิยมส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig
(Constant)	2.107		14.714	.000
การรับรู้คุณค่าตราสินค้า	-.140	-.176	-3.837	.000
ค่านิยม	.305	.366	7.928	.000
ส่วนประสมทางการตลาด	.140	.268	5.952	.000

$R^2 = 0.225$, $F = 38.337$, $p < 0.05$

การอภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 สรุปว่าการรับรู้คุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง คุณค่าตราสินค้าของ Kotler (2009, p 235) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า คุณค่าตราสินค้าเป็นคุณค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยจะสะท้อนถึงวิถีคิดความรู้สึกหรือการแสดงออกของผู้บริโภคโดยให้ความสำคัญกับตราสินค้า เช่นเดียวกับราคาส่วนแบ่งการตลาดและความสามารถในการทำกำไรคุณค่าตราสินค้าเป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่มีคุณค่าด้านจิตใจ จะมีผลต่อการตัดสินใจ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ (Aaker, 1991, p 13) สอดคล้องกับแนวคิดของทิพย์วัลย์ สัจจันทร์ (2546, หน้า 76) กล่าวว่า การที่ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อสินค้าจะเกิดจากประสบการณ์และความคุ้นเคยในตราสินค้านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของเนตรนภาชินะ สกุลชัย (2556, บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการใช้กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าโทรศัพท์มือถือยี่ห้อไอโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโทรศัพท์มือถือยี่ห้อไอโฟนด้านการรู้จักตราสินค้าด้านคุณภาพที่รับรู้ด้านความสัมพันธ์กับตราสินค้าและด้านความภักดีต่อตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือยี่ห้อไอโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินญา ม่วงเกษม (2554, บทคัดย่อ) ศึกษาคุณค่าตราสินค้าเปรียบเทียบระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ตราสินค้าระดับสากลและระดับท้องถิ่นกรณีศึกษาโทรศัพท์เคลื่อนที่โนเกียซัมซุงและไอโมบาย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณค่าตราสินค้าระดับสากลและระดับท้องถิ่นทางด้านคุณภาพที่รับรู้ด้านการรู้จักตราสินค้าด้านความภักดีต่อตราสินค้าด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่นเดียวกับงานวิจัยของวุฒิกุล ทองลิ้ม (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อโทรศัพท์มือถือแอลจีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครพบว่า คุณค่าตราสินค้าได้แก่การรู้จักตราสินค้าคุณภาพตราสินค้าที่รับรู้และความภักดีต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์มือถือแอลจีในระดับต่ำส่วนความสัมพันธ์กับตราสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์มือถือแอลจี

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 สรุปว่าค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ค่านิยม (Values) ของสมบุรณ์

ต้นยะ (2542, หน้า 94) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าค่านิยมของบุคคลเกิดขึ้นจากแรงผลักดันภายในตัวบุคคลและสภาพแวดล้อมสังคม วัฒนธรรม ค่านิยมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าแรงผลักดันภายในหรือสภาพแวดล้อมภายนอกเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนั้นค่านิยมของบุคคลที่มีสถานภาพและประสบการณ์ด้านต่างๆ ในชีวิตแตกต่างกันไปและค่านิยมของบุคคลเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลจะก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของอาทิตยา อัยยะวรากุล (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาด ค่านิยม แรงจูงใจ และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เช่นทรินชิน ของ บมจ.เอสซี แอสเสทของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่าค่านิยมการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เช่นทรินชิน ของ บมจ.เอส ซี แอสเสท ของผู้บริโภค ด้านราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05และสอดคล้องกับงานวิจัยของอมลวรรณ วีระธรรมโม (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาค่านิยมของนิสิตมหาวิทยาลัยทักษิณผลการวิจัยพบว่านิสิตมหาวิทยาลัยทักษิณมีค่านิยมทางสังคมสูงสุดอันดับสองคือค่านิยมทางเศรษฐกิจอันดับสามคือค่านิยมทางการเมืองอันดับสี่คือค่านิยมทางวิชาการอันดับห้าคือค่านิยมทางศาสนาและอันดับสุดท้ายคือ ค่านิยมทางศิลปะ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 สรุปว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดของ Kotler (2000, p 255) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าส่วนผสมทางการตลาดคือสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจสิ่งที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้เช่นสินค้าบริการความคิดสถานที่องค์กรหรือบุคคล ซึ่งสิ่งที่เสนอขายจะเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเมื่อลูกค้าได้รับการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการจะกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ โดยวิธีการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อสินค้าประกอบด้วยปัจจัยภายในคือแรงจูงใจการรับรู้ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของปรัดกร เป็รอด (2554, บทคัดย่อ) ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Smart Phone ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบรรจุภัณฑ์ด้านพนักงานด้านการให้ข้อมูลข่าวสารด้านพลังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Smart Phone ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกและสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ ครุณีวัฒน์ (2555, บทคัดย่อ) การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ ไอโฟน ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ ไอโฟน เช่นเดียวกับงานวิจัยของชวลิต ฤทธิตานนท์ (2551, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิสจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุดปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดตามลำดับคือด้านกระบวนการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านราคาและด้านบุคลากร

ข้อเสนอแนะ

1. ฝ่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการสร้างคุณค่าตราสินค้าโดยการกระตุ้นผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ถึงคุณประโยชน์และภาพลักษณ์ในการใช้งาน เพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ว่าคุณค่าตราสินค้าไอโฟน ช่วยให้ผู้ใช้มีความภูมิใจในการใช้งาน มีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น
2. ฝ่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสร้างค่านิยมให้กับโทรศัพท์มือถือไอโฟน โดยเฉพาะค่านิยมเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการใช้งาน เพราะผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้งาน มากที่สุด
3. ฝ่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยเฉพาะในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสถานที่จัดจำหน่ายมีมาก หลายสาขา มากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง
4. จากผลการวิจัยจะพบว่า ค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนมากที่สุดแสดงให้เห็นว่าค่านิยมมีผลต่อมูลค่าการตลาดของโทรศัพท์ไอโฟน ดังนั้นฝ่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการสร้างกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยมของผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยค้นคว้าอิสระของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณ ดร.ชุติมาวดี ทองจีน อาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานวิจัยดังกล่าวนี้สำเร็จลงได้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- ชวลิต ฤทธิตานนท์. 2551. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้านักค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่”. การค้นคว้าอิสระ ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตติพงศ์ เขียวไพศาล. 2554. กลยุทธ์การตลาดออนไลน์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เนตรนภา ชินะสกุลชัย. (2556). “พฤติกรรมการใช้กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าโทรศัพท์มือถือยี่ห้อไอโฟนของผู้บริโภค”. สารนิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรีดถกร เป็รอด. 2554. “ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Smart Phone ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก”. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมบุญ ดันยะ. (2542). การประเมินทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

สิรินญา ม่วงเกษม. 2554. “คุณค่าตราสินค้าเปรียบเทียบระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ตราสินค้าระดับสากลและระดับท้องถิ่นกรณีศึกษาโทรศัพท์เคลื่อนที่โนเกียซัมซุงและไอโมบาย”. สารนิพนธ์ ปริญญาหมาบัณัฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อาทิตย์ อัยยะวารกุล. 2552. “ปัจจัยทางการตลาดค่านิยมแรงจูงใจและแนวโน้มการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเซ่นทริตซีนของบมจ.เอสซีเอสเสทของผู้บริโกค”. สารนิพนธ์ ปริญญาหมาบัณัฑิต , มหาวิทยาลัยรังสิต.

อารีรัตน์ กรุณิวิวัฒน์. 2555. “พฤติกรรมตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาหมาบัณัฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Aaker, D. A. 1991. **Managing brand equity**. New York: The Free.

Kotler. 2009. **Marketing management analysis, planning, implementation and control** (9th ed). New Jersey: A Simon & Schuster Company.

Kotler. 2000. **Consumer Behavior**. New York: Holt Rinehart and. Winston.

พฤติกรรม的开รับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
EXPOSURE MEDIA , MEDIA LITERACY OF TEENAGES IN THE
BANGKOK METROPOLITAN AREA AND GREATER BANGKOK

ศศิภัทร อัมพวรรณ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : sasipart.am@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม的开รับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับพฤติกรรม的开รับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรม的开รับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น และเพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรม的开รับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 420 คน ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา จากค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.0 มีอายุระหว่าง 18 – 19 ปี ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.6 มีพฤติกรรมสนใจเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุดในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 86.2 ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน มากกว่า 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.5 ระดับความสนใจเปิดรับประเภทเนื้อหาข่าวสารจากสื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ รายการข่าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ เพื่อสามารถติดตามสถานการณ์ประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 อยู่ในระดับมากที่สุด พฤติกรรม的开รับสื่อระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อในด้านต่างๆ ด้านที่มากที่สุดคือ บุคคลที่ตกเป็นข่าวมักถูกตัดสินโดยสังคมว่าเป็นคนผิด ทั้งที่ยังไม่ได้รับการพิสูจน์ตามกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

คำสำคัญ : พฤติกรรม的开รับข่าวสาร วัยรุ่น

ABSTRACT

Educational research. "Exposure to media literacy of our youth," the researchers used a survey (Survey Research) with adolescents in Bangkok and its vicinity. Purpose. To study the behavior and exposure to media literacy of young people. To study the relationship between demographic characteristics. Behavioral Exposure to media literacy of young people. And to study the demographics. Behavior and exposure to media literacy of young people. The researchers used a survey with adolescents in Bangkok and its vicinity. Using a questionnaire to collect data. The purpose of this research study, 420 questionnaires as an instrument for data collection. Data analysis using descriptive statistics of statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation. And the chi-square statistics.

The results showed that Respondents are male than female. 51.0 per cent were aged between 18-19 years, the study found that respondents with a graduate degree. Accounted for 57.6 percent of open interest is the behavior most television media in everyday life. Accounted for 86.2 percent of the time of exposure to television. On average, in one day more than six hours a 45.5 percent interest level exposure of a news media that has an average elevation of most news items with a mean of 4.41 with exposure of media to get the highest. is able to monitor the situation daily. A mean of 4.37 at the highest level. Behavior literacy level knowledge about the contents of the various news media. At the most. People often rumored to be judged by society as being wrong. Both have not been proved in accordance with law. A mean of 4.03 is satisfactory levels.

KEYWORDS : Behavioral Exposure Teenage

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา :

สิ่งหนึ่งที่คนส่วนใหญ่กล่าวถึงเสมอในสังคม คือ การขับเคลื่อนความรู้ผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งกลไกสำคัญที่ทุกคนปฏิเสธไม่ได้ นั่นคือ “สื่อ” ที่ผ่านมามีสื่อถือว่าเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อสังคมเป็นอย่างยิ่ง เป็นทั้งสิ่งที่สร้างกระแสในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มคนได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสังคม จนคนหลายคนกล่าวว่า จะมีการใช้สื่อเป็นช่องทางในการสร้างกระแสสังคม ในเชิงที่ไม่สร้างสรรค์ สถานการณ์ปัญหาในปัจจุบันที่พบคือ คนที่ทำสื่อบางคนนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อโดยบางครั้งรู้ไม่ลึก หรือรู้ไม่จริงออกสู่สังคม โดยธรรมชาติของมนุษย์ นั้น การบริโภคสื่อของแต่ละคน ก็เพื่อต้องการความรู้และสาระความบันเทิง ดังนั้น การเสนอสิ่งใดๆ ผ่านสื่อจึงมีความพยายามในการนำความบันเทิงเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้บริโภค แล้วค่อยมีการสอดแทรกสาระเข้าไปเพื่อไม่ให้เกิดความน่าเบื่อหน่าย

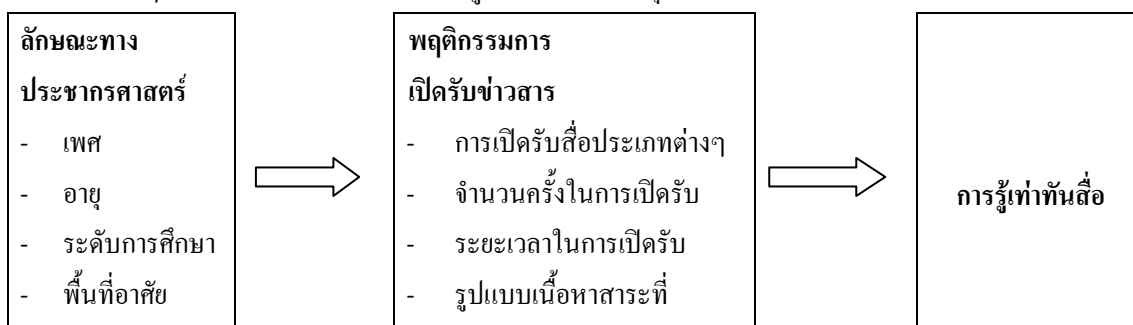
วัยรุ่นเป็นวัยที่เริ่มสนใจ ศึกษา ค้นหา ทดลองสิ่งใหม่ ที่ตนพอใจไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพศตรงข้าม แฟชั่นต่างๆ หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ถ้าวัยรุ่นได้รับการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมที่ช่วยก็จะมีแนวโน้มที่จะสนองตอบต่อการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมที่ช่วย ก็จะมีแนวโน้มที่จะสนองตอบต่อความต้องการ ของตนได้ง่าย และเกิดพฤติกรรมเลียนแบบต่างๆ ตามค่านิยมของสังคม ปัจจุบันว่ามีภัยที่เกิดขึ้นจากสื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้น วัยรุ่นหลายๆ คนเป็นเหยื่อ ไม่ว่าจะเล่นเกมออนไลน์การแต่งกายตามแฟชั่นที่ล่อแหลม , การติดดอเพศตรง

ข้ามผ่านอินเทอร์เน็ต หรือสาว ๆ หลายคนกลายเป็นสินค้าหน้าจอบนจอโดยไม่รู้ตัวธุรกิจอื่นๆ อาจจะซบเซาไปถึงขั้นล้มหมอนนอนเสื่อ แต่นับว่ากลับยิ่งเฟื่องฟูและมีกำลังซื้อมากเป็นอันดับต้นๆ วัยรุ่นปัจจุบันเลี้ยงไม่ได้ ที่จะต้องเผชิญกับสิ่งชั่วร้ายทั้งหลายผ่านสื่อต่างๆ ทุกรูปแบบ และปัจจุบันปัญหาพฤติกรรมทางเพศในวัยรุ่นเป็นที่ยอมรับกันมากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน ซึ่งสื่อได้นำเสนอตัวอย่างออกมามากมายทั้งที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมปนเปกันไป ยิ่งกระแสสังคมปัจจุบันที่ถือว่าเรื่องเพศเป็นเรื่องเสรี หญิงชายไปไหนมาไหนตามลำพัง หรือถูกเนื้อต้องตัวกันเป็นเรื่องธรรมดา แต่วัยรุ่นเองลืมไปว่า ถ้าได้รับการกระตุ้นที่ชั่วร้ายก็จะมีผลกระทบต่อการพัฒนาทางเพศได้ง่าย ถ้าสองฝ่ายต่างมีวุฒิภาวะไม่พร้อมย่อมก่อให้เกิดปัญหาตามมา ได้แก่ การมีเพศสัมพันธ์การตั้งครรภ์ก่อนแต่งงาน การติดเชื้อทางเพศสัมพันธ์ การตั้งครรภ์ก่อนแต่งงาน ตามมาด้วยปัญหาการทำแท้ง และอาจมีอันตรายถึงชีวิต ดังนั้นพ่อแม่เองแม้ไม่สามารถควบคุมสื่อได้แต่สามารถที่จะสอนลูกๆ ได้

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนำไปใช้ด้านการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้ทราบว่าวัยรุ่นเปิดรับข่าวสารจากสื่อใดมากที่สุด เพื่อสามารถเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้อย่างแท้จริงและมีประสิทธิภาพ เพื่อทราบว่าวัยรุ่นมีความสามารถในวิเคราะห์ ประเมิน แยกแยะ ข่าวสารจากสื่ออย่างรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ของวัยรุ่นในด้านต่าง ๆ ที่เป็นแนวทางที่ถูกต้องสำหรับวัยรุ่น เช่น การศึกษา การใช้ชีวิตในสังคม สิ่งแวดล้อม จริยธรรม วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม รวมทั้งการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการแสดงออกของวัยรุ่น ดังนั้นเพื่อให้วัยรุ่นมีการแสดงออกอย่างถูกครรลอง จึงจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารความรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น เพื่อการเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นอย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารความรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น

สมมุติฐานงานวิจัย

1. วัยรุ่นมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อมวลชน
2. เพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อมากกว่าเพศชาย
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อที่ไม่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research)
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล จากวัยรุ่นไทยตามการแบ่งเขตพื้นที่ของสามะโนประชากรและเคหะ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. การดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ถึง 31 มกราคม 2554

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการสื่อสาร การใช้สื่อได้อย่างเข้าถึงเหมาะสมกับวัยรุ่น และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
2. งานวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการ บูรณาการ การสร้างสื่อเพื่อเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้มากขึ้น
4. อาจารย์และผู้สนใจ สามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ และนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน
5. ผลการวิจัยใช้เป็นแหล่งค้นคว้าทางวิชาการ และข้อมูลอ้างอิงเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่เป็นวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามานะ (Yamane, 1973:725)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างและค่าเฉลี่ยของประชากร (= 0.05)

$$\text{แทนค่า} = 5,710,883 = \frac{399.97 \text{ คน}}{1 + 14277.21}$$

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้จำนวน 420 คน จากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จากแหล่งข้อมูลประกาศสำนักทะเบียนกลางกรมการปกครอง จัดแบ่งจังหวัดที่อยู่ในเขตปริมณฑล มีอยู่ 5 จังหวัดคือ นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็น แบบสอบถาม ชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-administered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด(Open-Ended Question)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับวัยรุ่นทั่วไปในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากข้อมูลเอกสารวารสารหนังสือสิ่งพิมพ์ต่างๆรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลเสร็จแล้วผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามวิธีการวิจัยทางสถิติและดำเนินการประมวลผล ด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา จากค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์สถิติเชิงปริมาณ พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของวัยรุ่น จากค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับประเภทสื่อที่สนใจมากที่สุด
2. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการใช้เวลาในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทโดยเฉลี่ยใน 1 วัน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับประเภทเนื้อหาข่าวสารจากสื่อ
4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับประโยชน์จากการรับข่าวสารจากสื่อ

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.0 และ 49.0 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 18 – 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20 – 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มที่มีอายุ ไม่เกิน 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.5 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาเป็นระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 37.9 ส่วนกลุ่มที่น้อยที่สุดคือกลุ่มที่จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 4.5

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุดในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองลงมาก็คือ อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 12.1 และหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 1.7

2. ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทโดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน ดังนี้ ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.5 ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน มากกว่า 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.5 ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 41.1 ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสาร โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 54.0 ใช้เวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.3 ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 26.4

3. ระดับความสนใจเปิดรับประเภทเนื้อหาข่าวสารจากสื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รายการข่าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นรายการภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ระดับความสนใจอยู่ในระดับมาก ส่วนประเภทเนื้อหาข่าวสารที่ต่ำที่สุดคือ ประเภทบทความ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 อยู่ในระดับน้อย

4. ระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ เพื่อสามารถติดตามสถานการณ์ประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็น เพื่อเป็นประตูเปิดโลกของข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ระดับความสนใจอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มที่ต่ำที่สุดคือ เพื่อแสวงหาความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 อยู่ในระดับน้อย

พฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อ

ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อในด้านต่างๆ ด้านที่มากที่สุดคือ บุคคลที่ตกเป็นข่าวมักถูกตัดสินโดยสังคมว่าเป็นคนผิด ทั้งที่ยังไม่ได้รับการพิสูจน์ตามกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก รองลงมาเป็น ประเด็นที่ตกเป็นข่าวเรื่องนั้นจะเป็นประเด็นน่าสนใจของสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ระดับความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มที่ต่ำที่สุด คือ การตัดสินปัญหาด้วยความรุนแรงเช่น ดบตีชกต่อยกัน เหมือนในละครและภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 อยู่ในระดับปานกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับประเภทการเปิดรับสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ได้แก่ อายุและเพศ มีค่าไคสแควร์เท่ากับ 48.083 และ 12.332 มีค่า p-value 0.000 และ 0.002 ส่วนระดับการศึกษามีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าไคสแควร์เท่ากับ 10.98 มีค่า p-value 0.027
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทโดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน มีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ มีความสัมพันธ์กับความสนใจเปิดรับประเภทเนื้อหาข่าวสารจากสื่อมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยเพศมีความสัมพันธ์กับความสนใจเปิดรับประเภทเนื้อหาข่าวสารจากสื่อทุกตัวแปรที่ระดับนัยสำคัญ .01 ส่วนเนื้อหาดูโทรทัศน์ออนไลน์ และการตลาดมีที่ระดับนัยสำคัญ .05 คือ ดูโทรทัศน์ออนไลน์ มีค่าไคสแควร์เท่ากับ 11.75 ค่า P-value .02 และการตลาดมีค่าไคสแควร์เท่ากับ 12.5 P-value .01
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ อายุและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความสนใจเปิดรับประเภทเนื้อหาข่าวสารจากสื่อมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 ทุกตัวแปร
5. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศมีความสัมพันธ์กับตัวแปรการเปิดรับข่าวสารก่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่างๆ มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 มีเพียงสองตัวแปรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การเปิดรับข่าวสารก่อให้เกิดประโยชน์เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารของกลุ่มกิจกรรม กลุ่มความคิด กลุ่มอุดมการณ์ที่สนใจ และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
6. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ อายุและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับตัวแปรการเปิดรับข่าวสารก่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่างๆ มีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

อภิปรายผล

1. ระดับความต้องการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อมีลักษณะอย่างไร ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน มากกว่า 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.5 และใช้เวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.3 ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ โดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 26.4
2. ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวแปร ยกเว้นการเปิดรับข่าวสารก่อให้เกิดประโยชน์เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารของกลุ่มกิจกรรม กลุ่มความคิด กลุ่มอุดมการณ์ที่สนใจ และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นเป็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวแปร อายุและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับตัวแปรการเปิดรับข่าวสารก่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่างๆ

สมมติฐานงานวิจัย

1. วัยรุ่นมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อ จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อมวลชน ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุดในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองลงมาคืออินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 12.1 และหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 1.7 ซึ่งแตกต่างจากสมมติฐานของผู้วิจัย
2. เพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อมากกว่าเพศชาย พบว่าเพศชายมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมากกว่าเพศหญิง โดยผู้ชายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อร้อยละ 91.1 ผู้หญิง ร้อยละ 81.1
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ในการวิจัย ที่ชี้ให้เห็นถึงลักษณะการสื่อสารของตัวแปรต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อ ของเยาวชน ผู้วิจัยมองว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น ควรมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งสถาบันครอบครัวเข้าไปมีส่วนร่วมต่อการสร้างเสริมภูมิคุ้มกัน ให้เยาวชนมีทักษะการเปิดรับข่าวสารอย่างมีภูมิคุ้มกัน
2. ด้านการเปิดรับข่าวสารของเยาวชนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ ข่าวสารต่าง ๆ เข้าถึงวัยรุ่นได้โดยง่ายและรวดเร็ว จึงควรมีหน่วยงานเข้ามาควบคุม จัดการอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีขอบเขตการศึกษาเพียงเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่านั้น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเขตภูมิภาค
2. การศึกษาครั้งใหม่ ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มวัยรุ่น เพื่อทราบผลวิจัยได้อย่างชัดเจนลึกซึ้งเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น

บรรณานุกรม

- ฐิติ วิทยาสรณะ. 2540. “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญจิระ พุทธิศรี. 2540. “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ., วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535 . การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประม อดะเวทิน. 2554. “หลักนิเทศศาสตร์เบื้องต้น” กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. 2537. “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มนฤดี ธาดาอานวยชัย. 2540. “ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่มีต่อรายการ

โทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2538. “การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ: ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอต่อ

การศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.” วารสารนิเทศศาสตร์. ฉบับที่ 1: 32.

รัตนพร ไผ่ตราวัฒนา. 2544. “พฤติกรรมการรับชมรายการธุรกิจเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ใน

ชีวิตประจำวัน.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ลัดดา โปษะพิสัยฐ์. 2544. “ความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์

ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อิทธิพลของสื่อมวลชนกับหนังตะลุงไทย

THE INFLUENCE OF MEDIA TO THAI SHADOW PUPPIES

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี เดชมณี

อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: oranong.de@spu.ac.th, oswasburi@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อรูปแบบของหนังตะลุงและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคนดูกับการยอมรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบของหนังตะลุง โดยเป็นงานวิจัยคุณภาพจากการสัมภาษณ์เจาะลึกนายหนังจำนวน 9 คน และเชิงปริมาณจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ดูหนังตะลุง จำนวน 150 คน ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เจาะลึก พบว่า สื่อมวลชนมีทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการแสดงหนังตะลุงไทย ด้านบวกทำให้มีการแพร่หลายของการแสดงหนังตะลุงผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์และนายหนังนำข้อมูลใหม่ๆ จากสื่อมวลชนมาสร้างเรื่องราวใหม่ๆ ในการแสดงหนังตะลุงเป็นการเพิ่มอรรถรสในการชมมากขึ้น ส่วนการปรับตัวของนายหนัง ปรากฏว่า นายหนังส่วนใหญ่มีการปรับตัวให้มีความร่วมสมัยมากขึ้นทั้งเรื่องราวและดนตรี นอกจากนี้ การแสดงหนังตะลุงยังเป็นการสอดแทรกวัฒนธรรมและการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ผู้เฒ่า ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม จำนวน 150 คน พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ตั้งแต่อายุ 20-30 ปี มีการยอมรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงหนังตะลุงไม่ว่าจะนำภาษากลาง/ภาษาต่างประเทศมาแทนภาษาใต้ การนำเครื่องดนตรีสากลมาแสดงร่วมกับเครื่องดนตรีไทยแต่ไม่เห็นด้วยกับการแสดงสดมาเป็นทอล์กโชว์และพากย์เทป ดังนั้น ผลของการศึกษาทั้งสองส่วนสอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงหนังตะลุงให้มีความร่วมสมัยเพื่อจะดึงดูดความสนใจของผู้ดูหนังตะลุงและยังสามารถอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้ท่ามกลางกระแสชาวกาของวัฒนธรรมตะวันตกและเกาหลีฟิเวอร์

คำสำคัญ : หนังตะลุง สื่อมวลชน วัฒนธรรมท้องถิ่น

ABSTRACT

This research aimed to study the media's influence to the adjusted shadow puppets and study the relationship between the viewers and their acceptance the adjusted shadow puppets. The researcher utilized the qualitative and quantitative method to investigate. The researcher utilized in depth interview the 9 shadow puppet men and the 150 questionnaires for the shadow puppet viewers. The results were shown that the shadow puppet men accepted the adjusted shadow puppets by using the central/foreign language or the guitar, drum, etc. for the shadow puppets show. Besides that, the shadow puppets men searched the news and stories from television and radio for the shadow puppets story. The results from questionnaires showed that the viewer

accepts the adjusted shadow puppets similar to the shadow puppets men. However, the viewer did not accept the tape/talk show which decreased the joy of the shadow puppets show.

KEYWORD: shadow puppets , mass media, local culture

บทนำ

หนังตะลุงเป็นการละเล่นพื้นบ้านของภาคใต้ที่มีการสืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านานรวมถึงยังได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าหนังตะลุงได้แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวใต้ ดังเช่น คำกล่าวของ พรศักดิ์ พรมแก้ว (2526) ได้กล่าวว่า “เมื่อเอ่ยถึงหนังตะลุง คนทั่วไปจะนึกถึงภาคใต้ทันที ทั้งนี้เพราะหนังตะลุงเป็นการละเล่นพื้นบ้านที่มีความสำคัญของชาวภาคใต้ ซึ่งมีมาอย่างช้านานและเป็นที่ยอมรับแพร่หลายในภูมิภาคนี้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน”

เมื่อสื่อมวลชน (โทรทัศน์ วิทยุ) ได้รับความนิยมมากขึ้น คนดูหนังตะลุงเริ่มมีสื่อทางเลือกมากขึ้นทำให้การแสดงหนังตะลุงต้องมีการปรับรูปแบบการแสดงให้มีความน่าสนใจกับกลุ่มคนดูมากขึ้น ดังในช่วงปี พ.ศ. 2510-2513 สื่อโทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ดังเช่น วงดนตรีลูกทุ่งก็เริ่มได้รับความนิยมจากประชาชนมากขึ้นจนกระทั่งการแสดงมโนราห์ซึ่งเป็นการแสดงพื้นบ้านประเภทหนึ่งก็เริ่มปรับเป็นมโนราห์ลูกทุ่งเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของประชาชนเช่นเดียวกับหนังตะลุงเริ่มมีการปรับเนื้อหาให้มีความใกล้ชิดกับประชาชนมากขึ้นแทนที่จะแสดงเรื่องจักรๆวงๆๆ ก็ปรับเป็นการแสดงของบุคคลธรรมดา

ดังนั้น การเข้ามาของสื่อมวลชนมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของหนังตะลุง นอกจากนั้นสื่อมวลชนยังมีอิทธิพลอย่างอื่นอีกซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยในครั้งนี้ในการศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อรูปแบบของหนังตะลุงไทยในปัจจุบัน

เนื้อหาของหนังตะลุงในแต่ละคณะต่างสอดแทรกวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ดังเช่น นายหนังสุชาติ ทรัพย์สินซึ่งเป็นนายหนังที่มีชื่อเสียงคนหนึ่งของจังหวัดนครศรีธรรมราชและได้รับรางวัลศิลปินแห่งชาติ (การแสดงพื้นบ้าน) พ.ศ. 2549 ได้กล่าวไว้ว่า “คืนนั้นเราเล่นเรื่องเขาพระวิหาร เราก็บอกว่า คณะหนึ่งกลาย จากจังหวัดกระบี่ ภูมิใจเสนอเรื่องเขาพระวิหารของใคร ท่านผู้มีเกียรติที่เคารพ ถ้าท่านอยากรู้ว่าเขาพระวิหารนั้นเป็นของไทยหรือของเขมร โปรดฟังนิยายเรื่องนี้” ในยุคนั้นเริ่มมีกรณีการฟ้องร้องระหว่างไทยกับเขมรในเรื่องเขาพระวิหาร จึงทำให้เราทราบว่าบทหนังของหนังตะลุงควรตอบสนองความสนใจของประชาชนในยุคนั้นและสะท้อนถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนสมัยนั้น

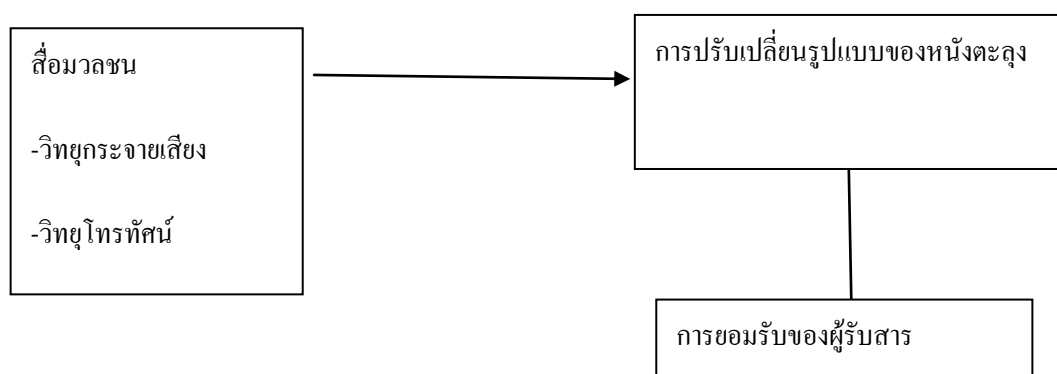
งานวิจัยเกี่ยวกับหนังตะลุงมีอยู่มากมายซึ่งส่วนใหญ่ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงของหนังตะลุง แต่ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้ทำวิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อหนังตะลุงไทย การถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านหนังตะลุงผ่านการสัมภาษณ์เจาะลึกนายหนังตะลุง จำนวน 9 คน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคนดูกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบของหนังตะลุงไทยผ่านแบบสอบถามเชิงสำรวจผู้ดูหนังตะลุง จำนวน 150 คน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อรูปแบบของหนังตะลุง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคนดูกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบของหนังตะลุง

กรอบแนวคิดการทำวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถเขียนกรอบแนวคิดของงานวิจัย ดังนี้



จากกรอบแนวคิดดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อิทธิพลของสื่อมวลชน โดยเฉพาะ วิฤทุกระยะเสี่ยงและวิฤทุโทรทัศน์ ว่ามีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบของหนังตะลุง หรือไม่ อย่างไร และ เมื่อมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงหนังตะลุงแล้ว กลุ่มผู้รับสาร (ผู้ดูหนังตะลุง) มีการยอมรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบนั้นหรือไม่ โดยผ่านการสัมภาษณ์เจาะลึกหนังตะลุงจำนวน 9 คน และแบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ดูหนังตะลุง จำนวน 150 คน โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพ ได้แก่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 50 คน กลุ่มคนทำงาน จำนวน 50 คน และกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 50 คน

นิยามศัพท์เฉพาะ

หนังตะลุง หมายถึง การเล่นเงาซึ่งเป็นการแสดงพื้นบ้านที่เป็นที่นิยมในภาคใต้ ใช้หนังสัตว์สลักเป็นรูปหนังและกียบด้วยไม้ตบ เชิดภายในโรง ใช้แสงไฟส่องผ่านตัวหนังเพื่อสร้างเงาให้ปรากฏบนจอผาขาวที่ขึงไว้ในโรงหนังตะลุง

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อและแหล่งที่ได้รับความนิยมจากชาวบ้านมากขึ้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิฤทุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เทปบันทึกเสียงและซีดี เป็นต้น

วัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง เหตุการณ์หรือเรื่องราวในท้องถิ่นที่ได้รับการยอมรับและถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง

การปรับเปลี่ยน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ประกอบด้วยการผสมผสาน การลดทอน การเพิ่มเติม บางส่วนในการแสดงหนังตะลุง

นายหนังตะลุง หมายถึง นายหนังตะลุงที่มีหน้าที่ในการแต่งบทกลอน เชิด ขับบทกลอน พากย์ ควบคุมดนตรี และรับผิดชอบในกระบวนการผลิตทั้งหมดของการแสดงหนัง

รูปแบบ หมายถึง ลักษณะของการแสดงหนังตะลุงแบบดั้งเดิม เช่น มีการใช้เครื่องดนตรีหลัก 5 ชิ้น ได้แก่ ทับ โหม่ง กลองตุ๊ก จิ่งและปี่ หรือแบบปรับเปลี่ยนเป็นการนำเครื่องดนตรีสากลมาประกอบการแสดงหนังตะลุง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการแสดงหนังตะลุง
2. ทำให้ทราบถึงรูปแบบต่างๆทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สอดแทรกในการแสดงหนังตะลุง
3. ทำให้ทราบถึงการปรับเปลี่ยนของการแสดงหนังตะลุงเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของคนดู
4. ทำให้การแสดงสื่อพื้นบ้านเป็นที่สนใจของหน่วยงานรัฐและเอกชนในการรักษาและส่งเสริมการแสดงพื้นบ้าน

วิธีการดำเนินวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก นายหนังตะลุง จำนวน 9 คน และแบบสอบถามสัมภาษณ์ ผู้ดูหนังตะลุง จำนวน 150 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยเรื่องนี้ ได้แก่ นายหนังตะลุง และผู้ดูหนังตะลุง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามประเภทของนายหนังตะลุงจำแนกตามสายอนุรักษ์และประยุกต์ ได้ดังนี้

1. สายอนุรักษ์ เป็นคณะหนังตะลุงที่เน้นรักษาดั้งเดิมของการแสดงหนังตะลุง ได้แก่ (1) หนังหีบห้าดาว หรือ นายถนอม ช่วยศรีนวล อายุ 63 ปี (2) หนังเอียดนัย ศ. เกล้าน้อย หรือ นายธนาวิ สัมฤทธิ์ (3) หนังสุชาติ ทรัพย์สิน อายุ 83 ปี และ (4) หนังเมธิ หรือ นายวัฒน์ มีชูศิลป์ อายุ 52 ปี
2. สายประยุกต์ เป็นคณะหนังตะลุงที่เน้นการปรับตัวเพื่อเข้ากับบริบทสมัยใหม่ของเยาวชนรุ่นใหม่ ได้แก่ (1) หนังพร้อมน้อย หรือ นายพร้อม บุญฤทธิ์ อายุ 79 ปี (2) หนังลูกหมี หรือ นายครรชิต คงรัตน์ อายุ 44 ปี (3) หนังสามารต ศ. เกล้าน้อย หรือ นายสามารต งามจำ อายุ 59 ปี (4) หนังณรงค์ หรือ นายณรงค์ วิชัยดิษฐ์ อายุ 67 ปี และ (5) หนังคณะสมพร ระฆังทอง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ดูหนังตะลุง โดยกำหนดสัดส่วนตามอาชีพ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 50 คน กลุ่มคนทำงาน จำนวน 50 คน และกลุ่มผู้สูงอายุ (ตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป) จำนวน 50 คน รวมทั้งสิ้น 150 คน

เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามน้ำหนักของคำตอบแต่ละข้อ กล่าวคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนจำแนกเป็น 5 ลำดับ ดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน
มาก	เท่ากับ	2 คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
น้อย	เท่ากับ	4 คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) นายหนังตะลุงที่มีชื่อเสียงจากจังหวัดต่างๆ เพื่อศึกษาความคิดเห็นในประเด็นของอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อรูปแบบของหนังตะลุงไทยและการถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการแสดงหนังตะลุง

2. แบบสัมภาษณ์เชิงสำรวจผู้ดูหนังตะลุง จำนวนทั้งสิ้น 150 คน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่กำลังดูการแสดงหนังตะลุงขณะนั้น ณ ศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 50 คน กลุ่มคนทำงาน จำนวน 50 คน และกลุ่มผู้สูงอายุ (ตั้งแต่ อายุ 60 ปีขึ้นไป) จำนวน 50 คน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคนดูกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการแสดงหนังตะลุง

ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้จากแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนำไปออกแบบคำถามในแบบสอบถาม โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย หลังจากนั้นได้นำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของคำถามว่าได้ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยโดยได้ถูกตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิทางนิเทศศาสตร์ จำนวน 3 คน นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สถิติ Cronbach's alpha ได้เท่ากับ 0.74

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) นายหนังตะลุงจากจังหวัดต่างๆ มาสรุปและเรียบเรียงเพื่อศึกษาประเด็นของอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อรูปแบบของหนังตะลุงไทยและการถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการแสดงหนังตะลุง

2. ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผู้ดูหนังตะลุงจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เพื่อศึกษาประเด็นของความสัมพันธ์ระหว่างคนดูกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการแสดงหนังตะลุง โดยใช้การคำนวณค่าสถิติในโปรแกรม SPSS เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ดูหนังตะลุงกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงหนังตะลุง

สรุปผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์เจาะลึกนายหนังตะลุง พบว่า นายหนังต่างก็ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของการแสดงหนังตะลุงไม่ว่าเป็นด้านรูปแบบการแสดงที่มีการเพิ่มอรรถรสของความทันสมัยโดยใช้ดนตรีสากลแต่แก่นของรูปแบบการแสดงยังเหมือนเดิม เช่น พิธีกรรมไหว้ครู การออกกรูหนังตามลำดับ จากบทไหว้ครูโดยญาติ

ต่อมาเป็นเจ้าของ เจ้าของ และรูปหนัง ส่วนเนื้อหาของหนังปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยโดยการนำเนื้อหา และได้รับอิทธิพลมาจากสื่อมวลชน เช่นละครไทย ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ในการสร้าง การมีส่วนร่วมกับผู้ชมมากขึ้น เช่น กระแสสังคมเรื่อง ประสาทเขาพระวิหารจากการนำเสนอโดยสื่อมวลชนทำให้นายหนังสุชาติ ทรัพย์สินในการหยิบประเด็นดังกล่าวมาสอดแทรกในการแสดงหนังตะลุง

ความสัมพันธ์ระหว่างคนดูกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบของหนังตะลุง

ผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ชมหนังตะลุง จำนวน 150 คน จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ชมหนังตะลุงที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ยอมรับการนำเครื่องดนตรีสากลมาแสดงร่วมกับเครื่องดนตรีไทยและการแสดงหนังตะลุงผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียงซึ่งตรงข้ามกับผู้ชมที่มีอายุมาก ตั้งแต่อายุ 41 ปี ขึ้นไปที่ไม่ยอมรับผู้ชมทุกช่วงวัยตั้งแต่อายุ 20 ปี ขึ้นไปไม่ยอมรับการแสดงหนังตะลุงที่เน้นการวิพากษ์การเมืองและการเปลี่ยนการแสดงหนังตะลุงจากการแสดงสดมาเป็นการทอล์กโชว์/พากย์เทป

การอภิปรายผล

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าของหนังตะลุง จำนวน 9 คน ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สื่อมวลชนมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ต่อการแสดงหนังตะลุงไทย ด้านบวก คือ ทำให้มีการเผยแพร่การแสดงหนังตะลุงเพิ่มขึ้นทางสื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงและนำข้อมูลจากสื่อมวลชนมาสร้างเรื่องราวใหม่ๆ ในการแสดงหนังตะลุงทำให้เพิ่มอรรถรสในการชมมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจรุศ ฌรณรัช (2548) ซึ่งกล่าวว่า นายหนังรับของใหม่มา ในขณะที่ของเดิมยังคงอยู่เหมือนเดิม เมื่อนำความคิดเห็นของนายหนังตะลุงและผู้ชมหนังตะลุงเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงหนังตะลุงมาวิเคราะห์ พบว่า ทั้งสองฝ่ายต่างยอมรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงหนังตะลุงซึ่งได้รับอิทธิพลหรือกระแสมาจากสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นการนำเพลงลูกทุ่งมาใช้ในการแสดงหนังตะลุง การสร้างเรื่องราวร่วมสมัยและการถ่ายทอดการแสดงผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ ทั้งสองฝ่ายต่างยอมรับกระแสของวัฒนธรรมตะวันตกมาเฉพาะที่เห็นว่าเป็นการเพิ่มอรรถรสในการชมการแสดงหนังตะลุง เช่น การเพิ่มเครื่องดนตรีสากลและเรื่องราวที่ตามกระแส แต่ถ้าลดอรรถรสในการชมการแสดงก็จะไม่ยอมรับ เช่น การไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงการแสดงหนังตะลุงจากการแสดงสดมาเป็นการทอล์กโชว์/พากย์เทป ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า หนังตะลุงมีบางองค์ประกอบเป็น “แก่น” ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ เพราะจะกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชมหนังตะลุงแต่บางองค์ประกอบสามารถเพิ่มเติมได้ เช่น เครื่องดนตรีเรื่องราวหรือประเด็นของบทหนัง เพื่อเพิ่มอรรถรสในการชมเท่านั้น และเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ชมหนังตะลุงที่มีอายุน้อย คือ น้อยกว่า 20 ปี สามารถยอมรับการปรับเปลี่ยนของการแสดงหนังตะลุงได้ ส่วนผู้ชมที่มีอายุมากตั้งแต่ 41 ปี ขึ้นไปไม่สามารถยอมรับการปรับเปลี่ยนได้ในเรื่องการนำดนตรีสากลมาใช้ร่วมกับเครื่องดนตรีไทย การผลิตเป็นซีดีหนังตะลุงแทนการแสดงสดและการแสดงหนังตะลุงผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการแสดงหนังตะลุงสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ และยังสามารถผลิตการแสดงหนังตะลุงไว้ได้ถึงแม้ว่านายหนังที่มีฝีมือและประสบการณ์จะมีน้อยลงแต่ยังคงมีผู้ชื่นชอบรุ่น

ใหม่ที่ต้องการสืบทอดวัฒนธรรมการแสดงหนังตะลุงไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะต่อองค์การที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม ดังนี้

1. ส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปการแสดงหนังตะลุงให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เช่น มีการจัดแสดงในระดับชาติสำหรับการแสดงพื้นบ้านของแต่ละภาค
2. นายหนังตะลุงรุ่นเก่าเริ่มมีอายุมากขึ้นและบางส่วนได้เสียชีวิตไป ควรมีการส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดศิลปการแสดงหนังตะลุงสู่เยาวชนไทย
3. ควรมีการเก็บประวัติ รูปแบบการแสดงหนังตะลุงอย่างเป็นระบบ สืบค้นได้ง่าย
4. มีการอนุรักษ์ศิลป การแสดงหนังตะลุงพื้นบ้านและการแสดงพื้นบ้านอื่นๆ ในการณรงก์ประชาสัมพันธ์ให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

สุดท้ายผู้วิจัยขอเสนอแนะต่องานวิจัยในอนาคตว่าควรมีการเปรียบเทียบถึงการเปลี่ยนแปลงของเนื้อหาของการแสดงหนังตะลุง เนื่องจากในงานวิจัยเรื่องนี้ ทำการศึกษาเฉพาะรูปแบบการแสดงหนังตะลุงเท่านั้น

รายการอ้างอิง

- พ่วง บุญรัตน์. 2542. **หนังตะลุง**. กรุงเทพมหานคร:มูลนิธิธนาคารกรุงเทพ.
- ชนประคัลภ์ จันทรเรือง. 2544. **ละคร คือ ชีวิต ชีวิต คือ ละคร**. กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้า.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2544. **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- วิมล คำศรี. 2547. **หนังตะลุงชั้นครูคู่มือเมืองนครศรีธรรมราช**. นครศรีธรรมราช: โรงพิมพ์ไทมพ์พรินต์.
- รจเรศ ณรงค์ราช. 2548. “สื่อมวลชนกับการปรับเปลี่ยนของสื่อพื้นบ้านหนังตะลุง.” **วิทยานพนธ์ ปริญญา** มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หนังสือ ห้าดาว, 21 กันยายน 2554, สัมภาษณ์.
- หนังสือสมพร ระฆังทอง, 24 กันยายน 2554, สัมภาษณ์.
- หนังสือหมี สวงศิลป์, 22 กันยายน 2554, สัมภาษณ์.
- หนังสือเมธี, 25 กันยายน 2554, สัมภาษณ์.
- หนังสือณรงค์, 23 กันยายน 2554, สัมภาษณ์.
- หนังสือพร้อมน้อย, 20 กันยายน 2554, สัมภาษณ์.
- หนังสือสามารถ ส เกลื่อนน้อย, 26 กันยายน 2554, สัมภาษณ์.
- หนังสือชาติ ทรัพย์สิน, 20 ธันวาคม 2551, สัมภาษณ์.
- อนก นาวิกมูล. 2530. **สารคดี หนังตะลุง-หนังใหญ่**. กรุงเทพมหานคร: ศิลปวัฒนธรรม.
- พรศักดิ์ พรหมแก้ว. 2528. “ตัวตลก หนังตะลุงกับชาวใต้”. **ทักษิณคดี** 2, 1: 30-34.
- สถาบันราชภัฏสงขลา. **สำนักศิลปวัฒนธรรม**, 2543. **หนังกัน ทองหล่อ**. สงขลา: สำนักศิลปวัฒนธรรม
- สถาบันราชภัฏสงขลา.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. 2551. **หนังสุชาติ ทรัพย์สิน**. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.
- ประยุทธ์ วรรณอุดม. 2540. “บทบาทและการดำเนินกลยุทธ์ของสื่อมวลชนเพื่อการส่งเสริมหมอลำ.” **วิทยานพนธ์ ปริญญา** มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

**ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินคดีผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติฟื้นฟู
สมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 : ศึกษากรณีผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนีไป
ก่อนเข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพ**

**LEGAL PROBLEMS ON ACTION AGAINST OFFENDER IN THE
REHABILITATION ACT OF B.E.2545 : A CASE STUDY OF THE OFFENDER
ESCAPEING PRIOR TO THE REHABILITATION OF ADDICT**

พันตำรวจโท ชัยวัฒน์ เป็นสุวรรณ

นักศึกษานิติศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

E-mail: yahumail@yahoo.com

บทคัดย่อ

พระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ.2545 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์บังคับให้ผู้เสพหรือติดยาเสพติดหรือผู้จำหน่ายรายย่อย ซึ่งถือว่าเป็นผู้ป่วย ได้รับการบำบัดการติดยาเสพติดและได้รับการฟื้นฟูสมรรถภาพในระบบการบังคับบำบัด โดยให้ผู้ติดยาเสพติดต้องเข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจจนสามารถเลิกเสพยาเสพติดได้โดยเด็ดขาด หรือไม่หวนกลับไปเสพยาซ้ำ เป็นการตัดวงจรผู้เสพออกจากผู้ค้าด้วยการบำบัดและยังได้กำหนดขั้นตอนให้ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในการตรวจพิสูจน์ และให้อำนาจคณะกรรมการอนุญาตให้ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ได้รับการปล่อยตัวชั่วคราวโดยไม่ต้องมารายงานตัวตามที่คณะกรรมการกำหนด ดังนั้น จากการศึกษาที่กำหนดไว้เช่นนี้ ก่อให้เกิดช่องว่างทางกฎหมาย ทำให้ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนีโดยไม่มารายงานตัวกับคณะกรรมการ และในขณะเดียวกันพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายดังกล่าวไม่ทำการจับกุมเอง แต่แจ้งให้พนักงานสอบสวนซึ่งมีอำนาจจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาชญาดำเนินคดีต่อไป พนักงานสอบสวนจึงยื่นคำร้องขอให้ศาลออกหมายจับ แต่ศาลเห็นว่า กรณีดังกล่าวเป็นกรณีอยู่ในขั้นตอนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจในการจับกุมตามกฎหมายอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องออกหมายจับ และจะให้ศาลมีคำสั่งเพิกถอนคำสั่งที่ให้ส่งตัวไปตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือติดยาเสพติดก็ไม่ได้ เนื่องจากเป็นคำสั่งศาลที่ออกโดยชอบด้วยกฎหมาย จึงไม่มีเหตุเพิกถอน จากปัญหานี้ส่งผลให้พนักงานสอบสวนไม่อาจทำการจับและทำการสอบสวนให้เสร็จสิ้นเพื่อส่งสำนวนให้พนักงานอัยการได้ แต่ถ้ามีกฎหมายให้อำนาจพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจ มีอำนาจจับกุมด้วย ก็จะทำให้กระบวนการฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติดมีประสิทธิภาพ และสามารถนำตัวผู้ต้องหาไปดำเนินคดีตามกระบวนการยุติธรรมได้

ดังนั้น ผู้ศึกษาขอเสนอแนะว่า ควรให้มีการเพิ่มอำนาจ พนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจ ให้อำนาจในการจับกุมโดยมิใช่เป็นการรับแจ้งจากคณะกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด และขยายให้ศาลมีอำนาจ

ในการสั่งให้ส่งตัวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ไปยังพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดีและให้ศาลมีอำนาจออกหมายจับไปในคราวเดียวกัน

คำสำคัญ : ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การเสพหรือดื้อยาเสพติด / หลบหนี / ก่อนเข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพ

ABSTRACT

The Rehabilitation Act of B.E. 2545 is the law promulgated with the purpose to compel drug takers or drug addicts, or retailers of drug who are deemed as patients to be rehabilitated of addiction and rehabilitated in enforcement of treatment. Drug addicts shall be rehabilitated physically and mentally until they quit from drug absolutely, or they will not take drug again. The method is to cut the cycle of drug addicts from traders by treatment. The law also determined the steps for participants of identification of addict to comply with the conditions in identification of addict and granted power to the sub-committee for rehabilitation of addict for permitting for drug taking or drug addicting identification participants to be released temporarily. Released participants should report as the sub-committee for rehabilitation of addict determined. Therefore, as the law has determined like that, such law caused legal gap, so released participants escaped without reporting at the sub-committee for rehabilitation of addict. At the same time, officers under such law did not arrest such escaping participants, but they informed investigators who had power to arrest such escaping participants according to the Criminal Procedural Code for filing lawsuits further. So investigators submitted a petition for the court of justice to issue an arrest warrant. However, the court deemed that such case was in the process of rehabilitation of addicts, officers had power to arrest escaping participants under the law. There was no need to issue an arrest warrant. The court could not have an order to withdraw the order for delivering the escaping participants to identify drug taking or drug addicting; as such order was issued by the court legally. Therefore, there was no cause for withdrawal of such order. This problem caused investigators to be unable to arrest and investigate escaping participants completely in order to deliver the file of cases to any public prosecutor. However, if there was law granting power to administrative officers or police to have authority to arrest any escaping persons back to the rehabilitation process. So the rehabilitation process would have effectiveness and alleged offenders can be arrested to be prosecuted under the justice process.

Therefore, the researcher recommended that there should be adding power to administrative officers or police to have authority to arrest any escaping persons without notifying from the sub-committee for rehabilitation of addict and there was extension so that the court had power to order for delivering escaping participants to investigators for filing lawsuits and the court should have power to issue an arrest warrant at the same time.

KEYWORDS: Drug taking or drug addicting identification participants / escaping / prior to rehabilitation of addict

บทนำ

พระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์บังคับให้ผู้เสพหรือติดยาเสพติดหรือผู้จำหน่ายรายย่อย ซึ่งถือว่าเป็นผู้ป่วย ได้รับการบำบัดการติดยาเสพติดและได้รับการฟื้นฟูสมรรถภาพในระบบการบังคับบำบัด โดยให้ผู้ติดยาเสพติดต้องเข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจจนสามารถเลิกเสพยาเสพติดได้โดยเด็ดขาด หรือไม่หวนกลับไปเสพซ้ำ เป็นการตัดวงจรผู้เสพออกจากผู้ค้าด้วยการบำบัด

กระบวนการบำบัดฟื้นฟูผู้ติดยาตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 เริ่มจากเมื่อมีการจับกุมผู้ต้องหาว่ากระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติดเข้าข่ายฐานความผิดตามที่บัญญัติในมาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 พนักงานสอบสวนต้องนำตัวผู้ต้องหาไปศาลภายใน 48 ชั่วโมง หากผู้ต้องหาไม่อายุไม่ถึง 18 ปี ต้องภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือติดยาเสพติด เมื่อศาลมีคำสั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปตรวจพิสูจน์ เป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติดหรือไม่ โดยศาลจะแจ้งให้คณะอนุกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด(เรียกย่อว่า “คณะอนุกรรมการ”) ในเขตพื้นที่ทราบ คณะอนุกรรมการ ซึ่งมีอำนาจหน้าที่พิจารณาวินิจฉัยว่าผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติดหรือไม่ จะแจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่จัดทำบันทึกประวัติ พฤติกรรมในการกระทำความผิด และสภาพแวดล้อมของผู้ต้องหา และดำเนินการตรวจพิสูจน์ให้แล้วเสร็จภายใน 15 วัน นับแต่วันที่รับตัวไว้ ในการวินิจฉัยผลการตรวจพิสูจน์ คณะอนุกรรมการจะทำการวินิจฉัยผลการตรวจพิสูจน์แยกเป็น 2 กรณี คือ กรณีแรก วินิจฉัยว่าเป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติด คณะอนุกรรมการจะกำหนดแผนการฟื้นฟูสำหรับผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติด พร้อมทั้งแจ้งผลการตรวจพิสูจน์ให้พนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการทราบเพื่อดำเนินการชะลอการฟ้องคดีต่อไป กรณีที่สองหากวินิจฉัยว่าไม่เป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติด คณะอนุกรรมการต้องรายงานผลการตรวจพิสูจน์ พร้อมทั้งส่งตัวผู้ต้องหาคืนให้พนักงานสอบสวน หรือพนักงานอัยการพิจารณาคำเนินคดีต่อไป

ในขั้นตอนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด กฎหมายให้อำนาจคณะอนุกรรมการมีอำนาจพิจารณาอนุญาตให้ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดได้รับการปล่อยตัวชั่วคราวโดยไม่มีประกัน มีประกัน หรือมีประกันและหลักประกันได้ การปล่อยชั่วคราวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือติดยาเสพติด กับการปล่อยชั่วคราวผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดนั้นเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กรณีผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือติดยาเสพติด เริ่มจากพนักงานสอบสวนยื่นคำร้องขอให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือติดยาเสพติด และศาลมีคำสั่งให้ส่งตัวไปตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือติดยาเสพติด พนักงานสอบสวนจะส่งตัวผู้ต้องหาไปยังศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของกรมคุมประพฤติหรือสำนักงานคุมประพฤติจังหวัด ในช่วงระยะเวลานี้ สามารถยื่นคำร้องขอปล่อยชั่วคราวต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ที่คณะอนุกรรมการมอบหมายได้ และในระหว่างที่พนักงานสอบสวนยังนำตัวผู้ต้องหาไปส่งไม่ถึงศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ผู้มีสิทธิร้องขอให้ปล่อยชั่วคราว ก็สามารถยื่นคำร้องขอปล่อยชั่วคราว ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่คณะอนุกรรมการมอบหมายแล้วนำคำสั่งอนุญาตปล่อยชั่วคราวมาแจ้งให้พนักงานสอบสวนทราบเพื่อให้พนักงานสอบสวนปล่อยตัวผู้ต้องหาไปก่อนนำตัวส่งศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดก็ได้

การปล่อยชั่วคราวอีกช่วงระยะเวลาหนึ่งคือ การปล่อยชั่วคราวในช่วงที่คณะกรรมการ มีคำวินิจฉัยว่า เป็นผู้ติดยาเสพติดและกำหนดแผนการฟื้นฟูแล้ว ผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด หรือผู้มีสิทธิสามารถยื่นคำร้องขอปล่อยชั่วคราวได้

การที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด หลบหนีไปในระหว่างที่ได้รับการปล่อยชั่วคราว เกิดผลต่างกัน กล่าวคือ กรณีผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพ ผู้ติดยาเสพติดหลบหนีไประหว่างปล่อยชั่วคราว คณะกรรมการอาจรายงานความเห็นไปยังพนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการว่า ผู้เข้ารับการฟื้นฟูไม่มีความตั้งใจจะเข้ารับการบำบัดฟื้นฟูสมรรถภาพตามเจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนี้ เห็นควรรายงานความเห็นไปยังพนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการเพื่อให้สอบสวนดำเนินคดีหรือฟ้องผู้ต้องหาต่อศาล แต่กรณีผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การเสพหรือการติดยาเสพติดซึ่งได้รับการปล่อยชั่วคราวไปนั้น เป็นการปล่อยชั่วคราวไปก่อนที่คณะกรรมการจะมีคำวินิจฉัยว่า เป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาหรือไม่ เพื่อจะได้พิจารณาส่งตัวคืนให้พนักงานสอบสวนรับไปดำเนินคดีอาญาตามปกติต่อไปหากตรวจพิสูจน์แล้วไม่เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติด หากผลการตรวจพิสูจน์พบว่าเป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติดให้โทษ คณะกรรมการก็จะได้อำนาจวินิจฉัยให้เข้าสู่กระบวนการบำบัดฟื้นฟูต่อไป การที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนีไปก่อนที่คณะกรรมการจะมีคำวินิจฉัยว่า เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติดหรือไม่ คณะกรรมการจึงไม่อาจพิจารณาแผนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดได้ หากจะส่งตัวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์คืนมายังพนักงานสอบสวนก็ไม่สามารถกระทำได้นี้เนื่องจากผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนีไปก่อนแล้วในระหว่างการปล่อยชั่วคราว

ในทางการดำเนินการสอบสวนของพนักงานสอบสวน หากเป็นคดีที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติด เมื่อได้รับแจ้งการวินิจฉัยของคณะกรรมการว่า เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติดพนักงานสอบสวนก็จะสรุปสำนวนการสอบสวนเสนอต่อพนักงานอัยการเพื่อให้พนักงานอัยการมีคำสั่งชะลอการฟ้องต่อไป หากได้รับแจ้งผลการวินิจฉัยจากคณะกรรมการว่า ไม่เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติด พนักงานสอบสวนก็จะรับตัวผู้ต้องหาตามดำเนินคดีอาญาตามปกติต่อไป แต่การที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การเสพหรือติดยาเสพติดหลบหนีไปในระหว่างการปล่อยชั่วคราว คณะกรรมการจะไม่มีคำวินิจฉัยใดๆ ส่งผลให้พนักงานสอบสวนไม่สามารถทำการสอบสวนให้เสร็จสิ้นและสรุปสำนวนการสอบสวนส่งพนักงานอัยการได้ เนื่องจากไม่มีคำวินิจฉัยจากคณะกรรมการว่า เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติดหรือไม่ จะนำตัวผู้ต้องหาส่งพนักงานอัยการพร้อมสำนวนการสอบสวนก็ไม่ได้เนื่องจากไม่มีตัวผู้ต้องหา จะยื่นคำร้องขอให้ศาลออกหมายจับในความผิดฐาน เสพยาเสพติดหรือความผิดตามที่ถูกจับกุมมาแต่ต้นก็ไม่ได้เนื่องจากการที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนีไประหว่างปล่อยชั่วคราวตามกฎหมายฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด เป็นกรณีฝ่าฝืนมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 กฎหมายให้อำนาจเฉพาะพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ที่ตามพระราชบัญญัตินี้ที่กำหนดมีอำนาจติดตามจับตัวผู้ต้องหาแล้วเข้าไว้ในศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด หรือควบคุมตัวได้โดยไม่ต้องมีหมาย และไม่เข้ากรณีที่พนักงานสอบสวนจะไปยื่นคำร้องขอให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปยังพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดีต่อไปได้ ตามมาตรา 24 เนื่องจากไม่ใช่กรณีที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์นั้นต้องหาหรือถูกดำเนินคดีในความผิดฐานอื่นซึ่งเป็นความผิดที่มีโทษจำคุกหรือต้องคำพิพากษาให้จำคุก ส่งผลให้สำนวนการสอบสวนคดีความผิดตามกฎหมายฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด เป็นสำนวนค้างอยู่ระหว่างการดำเนินการของพนักงานสอบสวน ไม่สามารถสรุปสำนวนการสอบสวนส่งพนักงานอัยการได้ และผู้ต้องหาไม่ถูกออกหมายจับกุมตัวมา

ดำเนินคดีต่อไป เท่ากับว่าผู้เสพไม่ถูกดำเนินคดี ไม่ได้รับการบำบัดฟื้นฟู ยังคงเป็นปัญหาสร้างภาระแก่สังคมต่อไป

ปัญหาดังกล่าว เป็นปัญหาที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินนโยบายด้านยาเสพติดของประเทศ เนื่องมาจากกฎหมายเกี่ยวกับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดยังมีข้อบกพร่อง เห็นสมควรที่จะหยิบยกขึ้นศึกษา เพื่อให้หาแนวทางให้มีการแก้ไข ปรับปรุง กฎหมาย ระเบียบหรือข้อบังคับ เกี่ยวกับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดให้มีความรัดกุมและเกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานมากขึ้น เพื่อให้กลไกการบำบัดฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การที่ผู้ได้รับการตรวจพิสูจน์การเสพหรือติดยาเสพติด ซึ่งได้รับการปล่อยชั่วคราวแล้วหลบหนีไป ส่งผลให้คณะอนุกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ไม่อาจมีคำวินิจฉัยว่าเป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติดหรือไม่ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในกระบวนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด การบังคับใช้กฎหมายฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ไม่มีประสิทธิภาพ เกิดผลกระทบต่อกระบวนการสอบสวนของพนักงานสอบสวน มีสำนวนการสอบสวนค้าง และผู้ต้องหาว่ากระทำความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ไม่ถูกจับกุมตัวมาสอบสวนดำเนินคดีต่อไป เนื่องจากมีปัญหอุปสรรคในมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ที่ให้เป็นอำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติดังกล่าวเป็นผู้ไปติดตามจับกุมตัวกลับเข้าไว้ในศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด หรือควบคุมตัวได้โดยไม่ต้องมีหมาย และไม่เข้ากรณีที่พนักงานสอบสวนจะไปยื่นคำร้องขอให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้นั้นไปยังพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดีต่อไปได้ เนื่องจากไม่ใช่กรณีที่ผู้ได้รับการตรวจพิสูจน์นั้นต้องหาหรือถูกดำเนินคดีในความผิดฐานอื่น ซึ่งเป็นความผิดที่มีโทษจำคุกหรือต้องคำพิพากษาให้จำคุกตามมาตรา 24 ดังนั้น การศึกษาถึงปัญหาดังกล่าว จะทำให้ทราบแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม กฎหมาย ระเบียบหรือข้อบังคับ ให้สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 กรณีผู้ได้รับการตรวจพิสูจน์การเสพหรือการติดยาเสพติดหลบหนีไประหว่างปล่อยชั่วคราว ก่อนคณะอนุกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด จะมีคำวินิจฉัยว่าเป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติด และศึกษาค้นหาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ซึ่งหลบหนีไปในกรณีดังกล่าว

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากบทบัญญัติแห่งกฎหมาย พระราชบัญญัติ ประมวลกฎหมายอาญา ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และเอกสารอื่นๆ เช่น หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ ผลงานวิจัย บทความ ดัชนีบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งใน

ประเทศและต่างประเทศ โดยศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงความเป็นมา แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบำบัดฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติดในต่างประเทศกับประเทศไทยเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดของประเทศไทยให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ในกระบวนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 บัญญัติให้มี คณะอนุกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ซึ่งแต่งตั้งขึ้นโดยคณะกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด มีอำนาจหน้าที่ในการแก้ไขฟื้นฟูผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติดตามกฎหมายว่าด้วยการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด คณะอนุกรรมการเป็นกลไกที่สำคัญที่สุดของกระบวนการบังคับบำบัดรักษา เนื่องจากมีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการบำบัดรักษาโดยตรง เริ่มตั้งแต่การตรวจพิสูจน์การเสพหรือการติดยาเสพติดของผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ และมีคำวินิจฉัยว่าผู้้นั้นเป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติด หากวินิจฉัยว่าผู้้นั้นเป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติด ก็จะจัดทำแผนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด และแจ้งผลการตรวจพิสูจน์นั้นให้พนักงานอัยการทราบ เพื่อพนักงานอัยการมีคำสั่งชะลอการฟ้องไว้ก่อน จนกว่าจะได้รับแจ้งผลการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดจากคณะอนุกรรมการ นอกจากนี้คณะอนุกรรมการมีอำนาจระเบียบให้ผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ปฏิบัติและรวมถึงการปล่อยตัวชั่วคราวผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด การรายงานผลการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดที่ยังไม่เป็นที่พอใจต่อพนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการเพื่อประกอบการพิจารณาดำเนินคดีผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดนั้นต่อไป

ในขั้นตอนการตรวจพิสูจน์ เมื่อคณะอนุกรรมการแห่งท้องที่ที่พนักงานสอบสวนได้ส่งตัวผู้ต้องหามาตรวจพิสูจน์การเสพหรือติดยาเสพติดตามคำสั่งศาล รับตัวผู้ต้องหาไว้แล้ว ให้พนักงานเจ้าหน้าที่จัดทำบันทึกประวัติ พฤติกรรมในการกระทำความผิด สภาพแวดล้อมทั้งปวงของผู้้นั้น และดำเนินการตรวจพิสูจน์ โดยต้องกระทำให้แล้วเสร็จภายใน 15 วัน นับแต่วันที่รับตัวผู้้นั้นไว้

หากคณะอนุกรรมการ วินิจฉัยว่าผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์เป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติด คณะอนุกรรมการต้องจัดให้มีแผนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด และต้องแจ้งผลการตรวจพิสูจน์ให้พนักงานอัยการทราบเพื่อดำเนินการชะลอการฟ้องคดีต่อไป แต่หากผลการตรวจพิสูจน์ไม่ปรากฏว่าผู้ต้องหาเป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาเสพติด คณะอนุกรรมการ ต้องรายงานผลการตรวจพิสูจน์ให้พนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการพิจารณาดำเนินการต่อไป โดยให้ส่งตัวผู้ต้องหาคืนให้พนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการเพื่อดำเนินการต่อไป

ในขั้นตอนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ที่คณะอนุกรรมการ วินิจฉัยว่าผู้ติดยาเสพติด ผู้้นั้นต้องอยู่รับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดตามแผนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดเป็นเวลาไม่เกิน 6 เดือน นับแต่วันถูกส่งตัวเข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด และหากผลการฟื้นฟูยังไม่เป็นที่พอใจคณะอนุกรรมการฯ สามารถขยายเวลาออกไปได้อีกกี่ครั้งก็ได้ โดยครั้งหนึ่งไม่เกิน 6 เดือน และรวมกันทั้งหมดแล้วต้องไม่เกิน 3 ปี นับแต่วันที่ถูกส่งตัวเข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด (มาตรา 25)

เมื่อคณะอนุกรรมการวินิจฉัยว่าผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดผู้ใดได้รับการฟื้นฟู จนครบถ้วน ตามที่ได้กำหนดในแผนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด และผลการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดเป็นที่พอใจแล้ว ให้ถือว่าผู้้นั้นพ้นจากความผิดที่ถูกกล่าวหา และให้คณะอนุกรรมการ มีคำสั่งปล่อยตัวผู้้นั้นไปและ

แจ้งผลให้พนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการทราบ หากผลการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดยังไม่เป็นที่พอใจให้คณะกรรมการ รายงานความเห็นไปยังพนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการเพื่อพิจารณาดำเนินคดีกับผู้นั้นเป็นคดีอาญาตามปกติต่อไป (มาตรา 33)

คณะกรรมการ มีอำนาจพิจารณาให้ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การติดยาเสพติดหรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพได้รับการปล่อยชั่วคราวได้ การปล่อยชั่วคราวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การติดยาเสพติดหรือผู้ติดยาเสพติด กับ การปล่อยชั่วคราวผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดนั้นเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน ดังนี้

เมื่อพนักงานสอบสวนยื่นคำร้องขอให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปตรวจพิสูจน์การติดยาเสพติด หรือการติดยาเสพติด และศาลมีคำสั่งให้ส่งตัวไปตรวจพิสูจน์การติดยาเสพติด หรือการติดยาเสพติด ยังศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของกรมคุมประพฤติหรือสำนักงานคุมประพฤติจังหวัด ในช่วงระยะเวลาเช่นนี้ สามารถปล่อยชั่วคราวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ได้ โดยผู้มีสิทธิร้องขอปล่อยชั่วคราว คือ ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ หรือผู้มีประโยชน์เกี่ยวข้อง ได้แก่ บิดา มารดา สามิ ภริยา ญาติ นายจ้าง ผู้ปกครองตามกฎหมายหรือระเบียบของทางราชการหรือบุคคลที่บิดามารดายินยอมให้เป็นผู้ปกครองหรือดำเนินการแทน สามารถยื่นคำร้องขอปล่อยชั่วคราวต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ที่คณะกรรมการมอบหมายได้

การปล่อยชั่วคราวอีกช่วงระยะเวลาหนึ่งคือ การปล่อยชั่วคราวภายหลังจากที่คณะกรรมการ มีคำวินิจฉัยว่าเป็นผู้ติดยาเสพติดและกำหนดแผนการฟื้นฟูแล้ว ผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด หรือผู้มีสิทธิสามารถยื่นคำร้องขอปล่อยชั่วคราวได้

ในการปล่อยชั่วคราวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การติดยาเสพติดหรือการติดยาเสพติด และผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด จะมีเงื่อนไขให้ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ซึ่งได้รับการปล่อยตัวชั่วคราวต้องมารายงานตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ตามเวลาที่กำหนดอันเป็นเงื่อนไขในการปล่อยชั่วคราว หากผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ซึ่งได้รับการปล่อยชั่วคราว หลบหนีไปในระหว่างที่ได้รับการปล่อยชั่วคราว ถือว่าเป็นการไม่ปฏิบัติตามหรือฝ่าฝืนระเบียบ เงื่อนไข หรือข้อบังคับที่กำหนด ตามมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ให้พนักงานเจ้าหน้าที่จับตัวผู้นั้นกลับเข้าไว้ในศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด หรือควบคุมตัวได้โดยมิต้องมีหมาย

การที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ และผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด หลบหนีไปในระหว่างที่ได้รับการปล่อยชั่วคราว ก่อนเข้ารับการตรวจพิสูจน์ และหลังจากคณะกรรมการมีคำวินิจฉัยว่าเป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติด เกิดผลต่างกัน กล่าวคือ กรณีผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดหลบหนีไประหว่างปล่อยชั่วคราวหลังจากคณะกรรมการมีคำวินิจฉัยว่าเป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติด คณะกรรมการอาจรายงานความเห็นไปยังพนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการว่าผู้เข้ารับการฟื้นฟูไม่มีความตั้งใจจะเข้ารับการบำบัดฟื้นฟูสมรรถภาพตามเจตนารมณ์ของกฎหมายเห็นควรรายงานความเห็นไปยังพนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการเพื่อดำเนินการต่อไปตามความในมาตรา 33 วรรคสอง แต่หากกรณีผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การติดยาเสพติดหรือการติดยาเสพติดซึ่งได้รับการปล่อยชั่วคราวไปนั้น เป็นการปล่อยชั่วคราวไปก่อนที่คณะกรรมการจะมีคำวินิจฉัยว่า เป็นผู้เสพหรือผู้ติดยาหรือไม่ เพื่อจะได้พิจารณาส่งตัวคืนให้พนักงานสอบสวนรับไปดำเนินคดีอาญาตามปกติต่อไปหากตรวจพิสูจน์แล้วไม่เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติด หากผลการตรวจพิสูจน์พบว่า เป็นผู้เสพหรือติดยาเสพติดให้โทษ คณะกรรมการก็จะได้มีคำวินิจฉัยให้เข้าสู่กระบวนการบำบัดฟื้นฟูต่อไป การที่ผู้เข้ารับการ

ตรวจพิสูจน์หลบหนีไปก่อนที่จะคณะกรรมการจะมีคำวินิจฉัยว่า ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์เป็นผู้เสพหรือดัดยาเสพติดหรือไม่ คณะกรรมการไม่มีข้อมูลใดที่จะนำมาพิจารณาได้ เนื่องจากคณะกรรมการได้อนุญาตให้ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ได้รับการปล่อยชั่วคราวไปเสียก่อน โดยที่ยังไม่มีการให้พนักงานเจ้าหน้าที่จัดทำบันทึกประวัติพฤติกรรมในการกระทำความผิด สภาพแวดล้อมทั้งปวงของผู้นั้นและยังไม่ได้มีการตรวจพิสูจน์ เมื่อผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนี ไม่มาพบพนักงานเจ้าหน้าที่ตามนัด คณะกรรมการจึงไม่อาจมีคำวินิจฉัยว่า เป็นผู้เสพหรือดัดยาเสพติดหรือไม่ และไม่อาจพิจารณาแผนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ตามมาตรา 22 ได้ ส่งผลให้คณะกรรมการไม่อาจพิจารณาตามมาตรา 33 ต่อไปได้ หากจะส่งตัวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์กลับมายังพนักงานสอบสวนก็ไม่สามารถกระทำได้นี้เนื่องจากผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนีไปก่อนแล้วในระหว่างการปล่อยชั่วคราว

ในทางการดำเนินการสอบสวนของพนักงานสอบสวน หากเป็นคดีที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์เป็นผู้เสพหรือดัดยาเสพติด ผู้นั้นจะเปลี่ยนสถานะเป็น ผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด เมื่อได้รับแจ้งการวินิจฉัยของคณะกรรมการว่า เป็นผู้เสพหรือดัดยาเสพติด พนักงานสอบสวนก็จะสรุปสำนวนการสอบสวนเสนอต่อพนักงานอัยการเพื่อให้พนักงานอัยการมีคำสั่งชะลอการฟ้องต่อไป กรณีตรงกันข้าม หากได้รับแจ้งผลการวินิจฉัยจากคณะกรรมการว่า ไม่เป็นผู้เสพหรือดัดยาเสพติด พนักงานสอบสวนก็จะรับตัวผู้ต้องหาตามคดีอาญาตามปกติ แต่การที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์การเสพหรือดัดยาเสพติดหลบหนีไประหว่างการปล่อยชั่วคราว คณะกรรมการจะ ไม่มีคำวินิจฉัยใดๆ ส่งผลให้พนักงานสอบสวนไม่สามารถทำการสอบสวนให้เสร็จสิ้นและสรุปสำนวนการสอบสวนส่งพนักงานอัยการได้ เนื่องจากไม่มีคำวินิจฉัยจากคณะกรรมการว่า เป็นผู้เสพหรือดัดยาเสพติดหรือไม่ จะนำตัวผู้ต้องหาส่งพนักงานอัยการพร้อมสำนวนการสอบสวนก็ไม่ได้เนื่องจากไม่มีตัวผู้ต้องหาเพราะหลบหนีไปแล้ว จะยื่นคำร้องขอให้ศาลออกหมายจับในความผิดฐาน เสพยาเสพติดหรือความผิดตามที่ถูกจับกุมมาแต่ต้นก็ได้ไม่ได้นี้เนื่องจากการที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนีไประหว่างปล่อยชั่วคราวตามกฎหมายฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด เป็นกรณีฝ่าฝืนตามมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 กฎหมายให้อำนาจเฉพาะพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้กล่าวเท่านั้นที่มีอำนาจติดตามจับตัวผู้นั้นกลับเข้าไว้ในศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดหรือควบคุมตัวได้โดยไม่ต้องมีหมาย และไม่เข้ากรณีที่พนักงานสอบสวนจะไปยื่นคำร้องขอให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้นั้นไปยังพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดีต่อไปได้ตามมาตรา 24 เนื่องจากไม่ใช่กรณีที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์นั้นต้องหาหรือถูกดำเนินคดีในความผิดฐานอื่นซึ่งเป็นความผิดที่มีโทษจำคุกหรือต้องคำพิพากษาให้จำคุก ส่งผลให้สำนวนการสอบสวนคดีความผิดตามกฎหมายฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด เป็นสำนวนค้างอยู่ระหว่างการดำเนินการของพนักงานสอบสวนไม่สามารถสรุปสำนวนการสอบสวนส่งพนักงานอัยการได้ เนื่องจากการส่งสำนวนการสอบสวนประเภทนี้พนักงานอัยการถือว่าเป็นสำนวนมีตัวผู้ต้องหา ต้องส่งสำนวนการสอบสวนพร้อมตัวผู้ต้องหา หากไม่มีตัวผู้ต้องหาไปพร้อมสำนวนพนักงานอัยการจะไม่รับสำนวน คดีดังกล่าวจะส่งสำนวนต่อพนักงานอัยการไม่ได้และผู้ต้องหาไม่ถูกออกหมายจับกุมตัวมาดำเนินคดีเนื่องจากยังไม่เข้ากรณีที่พนักงานสอบสวนจะขอให้ศาลออกหมายจับได้เนื่องจากยังอยู่ในขั้นตอนกระบวนการฟื้นฟูของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด เท่ากับว่าผู้เสพไม่ถูกดำเนินคดี ไม่ได้รับการบำบัดฟื้นฟู ยังคงเป็นปัญหาสร้างภาระแก่สังคมต่อไป

อภิปรายผล

จากกรณีที่ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ได้หลบหนีไปในระหว่างปล่อยชั่วคราว เป็นเหตุให้คณะอนุกรรมการไม่อาจมีคำวินิจฉัยว่าผู้นั้นเป็นผู้เสพหรือดัดยาหรือไม่ พนักงานสอบสวนไม่อาจยื่นคำร้องขอให้ศาลออกหมายจับผู้ต้องหา(ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์)ได้ มีปัญหาต้องพิจารณาต่อไปว่า พนักงานสอบสวนจะไปยื่นคำร้องต่อศาลขอให้ศาลเพิกถอนคำสั่งของศาลที่สั่งตัวผู้ต้องหาไปตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือดัดยาเสพติด ตามความในมาตรา 19 วรรคแรกนั้น จะกระทำได้หรือไม่ โดยอาศัยบทบัญญัติตามมาตรา 24 ที่บัญญัติว่า “ในกรณีที่ข้อเท็จจริงปรากฏภายหลังจากที่ศาลมีคำสั่งตามมาตรา 19 ว่าผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดนั้นต้องหาหรือถูกดำเนินคดีในความผิดฐานอื่นซึ่งมีความผิดที่มีโทษจำคุกหรือต้องคำพิพากษาให้จำคุก ให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้นั้นไปยังพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดีต่อไป” กรณีดังกล่าวนี้มีหนังสือ กรมคุมประพฤติ ที่ ขธ 0304/19391 ลงวันที่ 8 ตุลาคม 2547 เรื่อง ผลการตีความและการให้ความเห็นเกี่ยวกับปัญหาข้อกฎหมายและระเบียบต่างๆของคณะอนุกรรมการด้านกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติในการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ตีความว่า ตามบทบัญญัติในมาตรา 24 แห่งพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 กำหนดให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูฯไปยังพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดีในกรณีที่ข้อเท็จจริงปรากฏภายหลังจากที่ศาลมีคำสั่งตามมาตรา 19 ว่าผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดนั้น ต้องหาหรือถูกดำเนินคดีในความผิดฐานอื่นซึ่งมีความผิดที่มีโทษจำคุกหรือต้องคำพิพากษาให้จำคุก หมายความว่ารวมทั้งกรณีผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูผู้นั้นต้องหาหรือถูกดำเนินคดีในความผิดฐานอื่น ซึ่งมีโทษจำคุกหรือต้องคำพิพากษาให้จำคุกซึ่งเกิดขึ้นก่อนและความมาปรากฏภายหลังจากศาลมีคำสั่งตามมาตรา 19 แล้ว และความผิดที่เกิดขึ้นในระหว่างดำเนินการตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดฯ ซึ่งหากเกิดกรณีดังกล่าวต้องดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรา 24

จะเห็นได้ว่าการยื่นคำร้องขอให้ศาลพิจารณามีคำสั่งให้ส่งตัวผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูฯไปยังพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดีนั้น จะกระทำได้เมื่อมีข้อเท็จจริงปรากฏภายหลังจากที่ศาลมีคำสั่งตามมาตรา 19 ว่าผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หรือผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดนั้น ต้องหาหรือถูกดำเนินคดีในความผิดฐานอื่นซึ่งมีความผิดที่มีโทษจำคุกหรือต้องคำพิพากษาให้จำคุก ดังนั้น กรณีที่ผู้ต้องหาที่ศาลสั่งให้ส่งตัวไปตรวจพิสูจน์หลบหนีไปในระหว่างปล่อยชั่วคราว แล้วพนักงานสอบสวนไปยื่นคำร้องขอให้ศาลสั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปให้พนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดี ตามมาตรา 24 จึงไม่อาจกระทำได้ เนื่องจากไม่เข้ากรณี ต้องหาหรือถูกดำเนินคดีในความผิดฐานอื่นซึ่งมีความผิดที่มีโทษจำคุกหรือต้องคำพิพากษาให้จำคุก หากพนักงานสอบสวนจะยื่นคำร้องต่อศาลขอให้เพิกถอนคำสั่งศาลที่สั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือดัดยาเสพติด จะกระทำได้หรือไม่ ผู้วิจัยเห็นว่า ไม่น่าจะกระทำได้เนื่องจากคำสั่งของศาลที่สั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปตรวจพิสูจน์การเสพยาหรือดัดยาเสพติดนั้นเป็นคำสั่งที่ศาลออกโดยชอบตามกฎหมายแล้ว จึงไม่มีเหตุที่จะต้องเพิกถอนคำสั่ง

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษา พบว่ากรณีผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์หลบหนีไปก่อนคณะอนุกรรมการมีคำวินิจฉัยว่า เป็นผู้เสพหรือดัดยาเสพติดเป็นกรณีที่อยู่ในระหว่างขั้นตอนในกระบวนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด คณะอนุกรรมการยังมิได้มีความเห็นว่า ผู้เข้ารับการตรวจพิสูจน์ซึ่งได้รับการปล่อยชั่วคราว ไม่ปฏิบัติตามหรือฝ่าฝืนเงื่อนไขหรือข้อบังคับที่กำหนด เป็นอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ที่จะไปติดตามจับกุมตัวผู้นั้นกลับเข้าไว้ในศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ไม่อยู่ในอำนาจของพนักงานสอบสวนที่จะไปขอออกหมายจับเพื่อนำตัวมาดำเนินคดี แต่ตำรวจไม่ใช่พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ดังนั้นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพในการติดตามจับกุมตัวผู้หลบหนีกลับเข้ามารับการตรวจพิสูจน์ให้ได้ผลดียิ่งขึ้น เห็นควรเพิ่มเติมบทบัญญัติกฎหมาย ในมาตรา 31 ให้พนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจ มีอำนาจหน้าที่ในการติดตามจับกุมตัวผู้หลบหนีเพื่อนำกลับเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดด้วยอีกทางหนึ่งหรือใช้อำนาจรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมซึ่งเป็นผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ แต่งตั้งพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจ เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ ตามกฎหมายนี้ด้วย นอกจากนั้นยังเห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในมาตรา 24 เมื่อศาลได้รับรายงานจากพนักงานเจ้าหน้าที่ พนักงานสอบสวนหรือพนักงานอัยการ ว่าผู้เข้ารับการฟื้นฟูหลบหนีไปจากสถานฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดหรือหลบหนีไประหว่างปล่อยชั่วคราว ให้ศาลสั่งจับผู้ต้องหาที่ศาลเคยมีคำสั่งให้ส่งตัวผู้ต้องหาไปตรวจพิสูจน์การเสพหรือดัดยาเสพติดตามมาตรา 19 แล้วต่อมาผู้ต้องหาหลบหนีไปในระหว่างปล่อยชั่วคราวหรือหลบหนีไปจากสถานฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด และให้ศาลออกหมายจับผู้ต้องหาเพื่อจับกุมตัวมาดำเนินคดีต่อไป

เอกสารอ้างอิง

วรภรณ สุนทรนันท. 2530. “การฟื้นฟูสมรรถภาพทางด้านจิตใจของผู้ติดยาเสพติดให้โทษ.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสังคมสงเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุชาติ นิลมาก. 2533. “ชุมชนบำบัด: การฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดในประเทศไทย.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสังคมสงเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรางค์ เจริญมงคล. 2538. “ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กองพัฒนาการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด กรมคุมประพฤติ กระทรวงยุติธรรม. 2551. **รวมกฎหมาย.**

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรมคุมประพฤติ. กรมคุมประพฤติ.

อุไรญา วัฒนรุ่ง. 2551. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายมหาชน.** กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัย

รามคำแหง.

ศรีสมบัติ โชคประจักษ์ชัดและคณะ. 2548. **ผลการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพ**

ผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล.

การพัฒนาแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย
DEVELOPMENT OF PEACE STUDIES INSTRUCTIONAL MODEL
IN THAI HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

สมิทธิรักษ์ จันทรักษ์

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

Email: smithirak@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการสอนสันติศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน สถาบันอุดมศึกษาไทย 2) การพัฒนาแบบการสอนสันติศึกษา วิธีการสอนสันติศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน สถาบันอุดมศึกษาไทย โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา ดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 (R_1) การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ผู้สอนสันติศึกษา และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ขั้นตอนที่ 2 (D_1) การพัฒนาแบบการสอนสันติศึกษา ขั้นตอนที่ 3 (R_2) การทดลองใช้รูปแบบการสอนสันติศึกษา และขั้นตอนที่ 4 (D_2) การปรับปรุงรูปแบบการสอนสันติศึกษา กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งใช้การเลือกแบบเจาะจง คือ 1) ผู้เชี่ยวชาญสันติศึกษา จำนวน 20 คน 2) อาจารย์ผู้สอนสันติศึกษา จำนวน 9 คน และ 3) กลุ่มทดลอง ได้แก่ นักศึกษารายวิชาการแปลงเปลี่ยนความขัดแย้งโดยสันติวิธี มหาวิทยาลัยมหิดล และรายวิชาการจัดการความขัดแย้งในชีวิตประจำวัน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 113 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม แบบบันทึกประสบการณ์การเรียนรู้ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม และแบบประเมินผลผู้เรียน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และค่าสถิติทดสอบที

ผลการวิจัย พบว่า 1) แนวทางการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย ควรมีรูปแบบการสอนแบบบูรณาการที่มุ่งเน้นการสอนคุณสมบัต “สันติภายใน” แก่นักศึกษา เพื่อนำไปสู่การเกิด “สันติภายนอก” 2) รูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทยที่วิจัยและพัฒนาขึ้น เรียกว่า “PEACE Model” ผลการทดลองใช้รูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จากการทำแบบประเมินผลผู้เรียน พบว่า กลุ่มทดลองมีความรู้ด้านสันติศึกษาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนเจตคติต่อวิชาสันติศึกษา และมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และความสามารถในการจัดการความขัดแย้ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการถอดบทเรียนการสนทนากลุ่มเพื่อการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการสอนสันติศึกษา อาจารย์ผู้สอนสันติศึกษาได้รับรองรูปแบบการ

สอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย และมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทยทุกขั้นตอนของการจัดการเรียนการสอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: รูปแบบการสอน สันติศึกษา อุดมศึกษาไทย

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study instructional peace studies in Thai higher education institutions and 2) to develop an instructional model for peace studies in Thai higher education institutions. This research and development comprised 4 phases: Phase 1 (R_1); documentary research; in-depth interview and participant observation. Phase 2 (D_1); research and development of an instructional model for peace studies. Phase 3 (R_2); test the instructional model for peace studies in the classrooms and Phase 4 (D_2); adjust, improve and develop the instructional model for peace studies. The informants consisted of three groups by purposive selection which were 1) the group who were in-depth interviewed and participant observation by 20 experts 2) the group who were in-depth interviewed, participant observation and focus groups by 9 teachers and 3) the group who were tested the instructional model for peace studies with 113 students in the “Conflict Transformation” course at Mahidol University and “Conflict Management in Daily Life” course at Panyapiwat Institute of Management. The research instruments were in-depth interview form, participant observation form, experiential learning journal form, focus groups form, and evaluation form of student characteristic. The data were analyzed by content analysis, mean, standard deviation, percentage and t - test dependent.

The results of the research were as follows : 1) From studying the ways of instructional peace studies in Thai higher education institutions found that the instructional peace studies is the integration instructional model which focused on teaching from internal peace in the student mind to external peace 2) From the results of the instructional model for peace studies which called “PEACE Model” the results of 10 the experimental group obtained a level of knowledge of peace in post – test evaluation more than pre – test at a significant level of 0.01. Moreover, the attitude for peace studies subject and the students were satisfied with the instructional model for peace studies at a “high” level, and with the abilities of conflict management at an “average” level. Furthermore, the focus groups and the instructors of peace studies both accepted the instructional model for peace studies in Thai higher education, and were satisfied with the model at a “high” level.

KEYWORDS : Instructional Model, Peace Studies, Thai higher Education

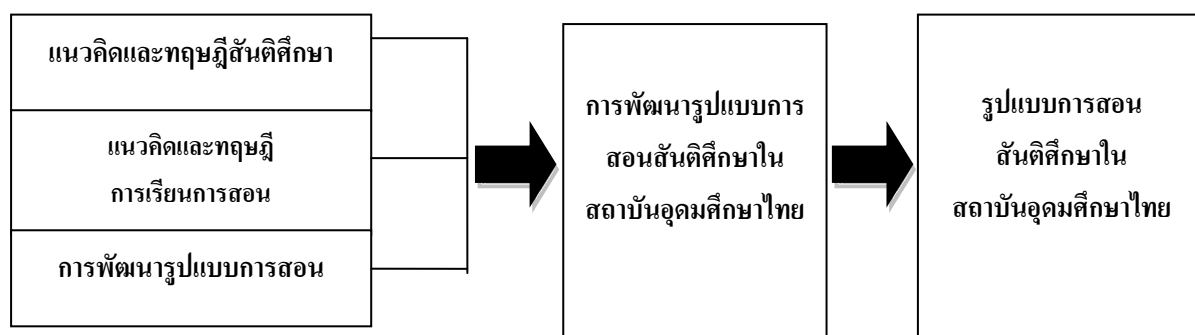
บทนำ

จากสถิติและข้อมูลความรุนแรงของหน่วยงานของรัฐ ความรุนแรงที่เกิดขึ้นในสังคมไทยส่วนใหญ่มักจะเกิดขึ้นในสถาบันครอบครัว สถานศึกษา สถานที่ทำงาน ชุมชนทั้งในเขตชนบทและเขตเมือง จนอาจกล่าว

สรุปได้ว่า ปัญหาความขัดแย้ง ความรุนแรงในสังคมไทยมีจำนวนมากและกลายเป็นปัญหาระดับชาติ ที่เป็นตัวถ่วงในการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้าน หลากหลายมิติ เช่น มิติทางความมั่นคง การเมือง สังคม เศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ฯลฯ จากความสำคัญของปัญหาความขัดแย้ง ความรุนแรงในสังคมไทย คณะรัฐมนตรีได้มีมติที่ประชุม เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2548 เห็นชอบตามมติคณะกรรมการกลั่นกรองเรื่องเสนอ รัฐมนตรีคณะที่ 7 ฝ่ายกฎหมายพลังงานระบบราชการและประชาสัมพันธ์ อ้างจากหนังสือของสำนักเลขาธิการ คณะรัฐมนตรีที่ นร0504/18022 (สำนักนายกรัฐมนตรีย, 2548) เห็นชอบให้จัดตั้งศูนย์สันติวิธีหรือศูนย์สันติศึกษา ขึ้นในมหาวิทยาลัย เพื่อบรรจุเรื่องการขจัดความขัดแย้งเป็นหลักสูตรหนึ่งของมหาวิทยาลัยและจัดตั้งสถาบันหรือ องค์การอิสระเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งและไกล่เกลี่ยความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งสอดคล้องกับ คณะอนุกรรมการการดำเนินกิจกรรมการสร้างรายวิชาและการจัดการเรียนการสอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปเพื่อ พัฒนานิสิตนักศึกษาเครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาเขตภาคกลางเพื่อพัฒนาบัณฑิตอุดมศึกษาไทย (2554 : 5) ได้สรุป ไว้ว่า การจัดการเรียนการสอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปตามหลักสูตรระดับปริญญาตรี สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษา ควรมีการสร้างหลักสูตรและเปิดรายวิชาที่มีความทันสมัย เหมาะสมกับเหตุการณ์ หรือบริบทของสังคมไทยในปัจจุบัน และรองรับสิ่งที่จะเกิดขึ้นและเกิดผลกระทบต่อสังคมไทยในอนาคต ใน รายวิชาที่มหาวิทยาลัยควรนำไปพิจารณาเปิดการเรียนการสอน ได้แก่ รายวิชาเกี่ยวกับ การเป็นพลเมืองโลกและ พลเมืองที่ดี ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สันติศึกษาหรือสันติภาพ การป้องกันภัยพิบัติธรรมชาติ อาเซียนศึกษา และการเรียนรู้สู่จิตสำนึกที่ดี เช่น การพัฒนาจิต จิตปัญญาศึกษา เป็นต้น ปัจจุบันการจัดการเรียนการสอนด้าน สันติศึกษาในระดับอุดมศึกษาปรากฏมีมหาวิทยาลัยทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ได้ให้ ความสำคัญต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาสันติศึกษา (Peace Studies) ในระดับปริญญาตรีนั้นมีสัดส่วนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสถาบันอุดมศึกษาไทยทั่วประเทศ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษางานวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ไทย” เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสันติศึกษาที่สถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ดำเนินการอยู่ และเพื่อวิจัยและ พัฒนารูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย

กรอบแนวคิดของการวิจัย



แผนภูมิที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการสอนสันติศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษาไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการสอนสันติศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน สถาบันอุดมศึกษาไทย
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสอนสันติศึกษา วิธีการสอนสันติศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน สถาบันอุดมศึกษาไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 (R₁) การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม อาจารย์ผู้สอนสันติศึกษา ผู้เรียนสันติศึกษา เป็นการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมผู้เชี่ยวชาญด้านสันติศึกษาและอาจารย์ผู้สอนสันติศึกษา จำนวน 29 คน และนักศึกษารายวิชาสันติศึกษาจากชั้นเรียนรายวิชาการแปลงเปลี่ยนความขัดแย้งโดยสันติวิธี มหาวิทยาลัยมหิดลและนักศึกษารายวิชาการจัดการความขัดแย้งในชีวิตประจำวัน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ประจำปีการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2556 รวมจำนวน 16 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลแนวคิดเกี่ยวกับสันติศึกษาแนวทางการจัดการศึกษา กระบวนการเรียนรู้แบบสันติศึกษา และปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการศึกษาแบบสันติศึกษาในสถาบันการศึกษาในประเทศ

ขั้นตอนที่ 2 (D₁) การพัฒนารูปแบบการสอนสันติศึกษา โดยการจัดการสนทนากลุ่มผู้สอนรายวิชาด้านสันติศึกษาจากมหาวิทยาลัยมหิดล และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 8 คน เพื่อยกร่างและออกแบบรูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย เรียกว่า รูปแบบการสอน “PEACE Model” เพื่อนำไปใช้สอนในชั้นเรียนรายวิชาสันติศึกษาที่เลือกเป็นกรณีตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 (R₂) การทดลองใช้รูปแบบการสอนสันติศึกษา โดยการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในชั้นเรียนรายวิชาสันติศึกษาที่เลือกเป็นกรณีตัวอย่างรายวิชาการแปลงเปลี่ยนความขัดแย้งโดยสันติวิธี มหาวิทยาลัยมหิดล และนักศึกษารายวิชาการจัดการความขัดแย้งในชีวิตประจำวัน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ประจำปีการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2556 จำนวน 113 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบูรณาการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 4 (D₂) การปรับปรุงรูปแบบการสอนสันติศึกษา โดยการถอดบทเรียนจากการจัดการสนทนากลุ่มอาจารย์ผู้สอนสันติศึกษา จากมหาวิทยาลัยมหิดล และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 8 คน เพื่อประเมินและพัฒนารูปแบบ และขอข้อเสนอแนะต่อผลการวิจัย สรุปผลการวิจัยและจัดทำรายงานการวิจัย

สรุปผล

ผลการวิจัยการวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย” มีประเด็นสำคัญ จำนวน 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานและสถานการณ์เกี่ยวกับการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย

จากข้อมูลการวิจัยนี้ พบว่า การสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

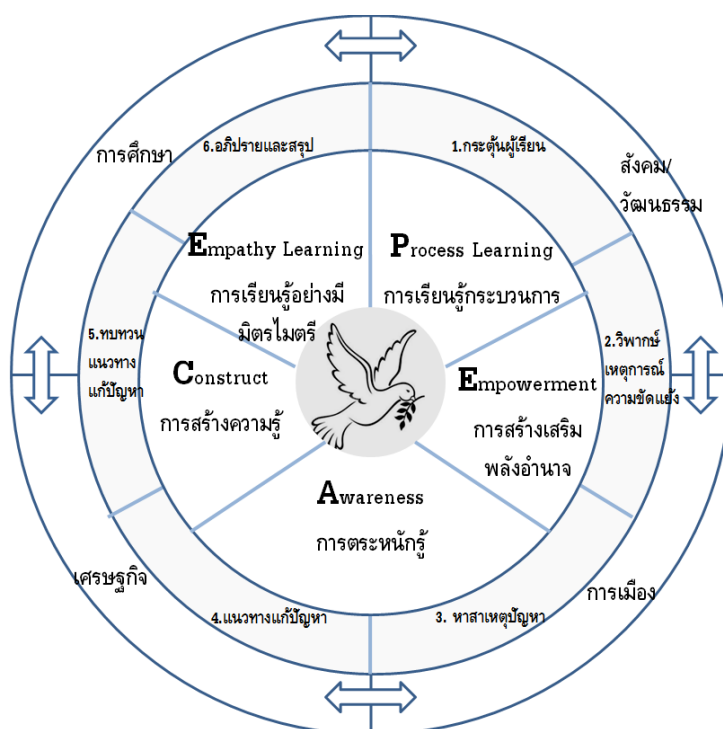
และหมวดวิชาเลือกเสรี ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 16 รายวิชา จากมหาวิทยาลัยจำนวน 14 แห่ง จากจำนวนสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมดจำนวน 173 แห่งคิดเป็นร้อยละ 8.09 แสดงให้เห็นว่า การสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ที่เปิดการเรียนการสอนเป็นรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และหมวดวิชาเลือกเสรี มีจำนวนน้อยมาก ซึ่งไม่สอดคล้องปัญหาความขัดแย้ง ความรุนแรงในสังคมไทย ที่หน่วยงานรัฐ และหน่วยงานเอกชนมีข้อมูลปัญหาความขัดแย้ง ความรุนแรงในสังคมไทย ตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน สถานศึกษา สถานที่ทำงาน สังคม และประเทศ

2. แนวทางการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านสันติศึกษา จำนวน 20 คน และสัมภาษณ์อาจารย์ ผู้สอนรายวิชาสันติศึกษา จำนวน 9 คน เกี่ยวกับรูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ผู้สอนสันติศึกษาได้นำเสนอรูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่เน้นการบูรณาการ (Integration) มุ่งเน้นการสอน “สันติภายใน” (Internal Peace) แก่ผู้เรียน และพบปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ คุณสมบัติ “สันติภายใน” ของนักศึกษา 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนสันติศึกษา กิจกรรม รูปแบบ วิธีการหรือกระบวนการในการจัดการเรียนการสอน และ 3) ปัจจัยเกี่ยวพัน ได้แก่ บรรยากาศสภาพแวดล้อมและโครงสร้างทางการศึกษา

3. การพัฒนารูปแบบการสอนสันติศึกษา วิธีการสอนสันติศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน สถาบันอุดมศึกษาไทย

รูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทยที่วิจัยและพัฒนาขึ้นมีลักษณะบูรณาการ (Integration) ที่มุ่งเน้นการสอน “สันติภายใน” (Internal Peace) แก่ผู้เรียนเป็นสำคัญ เรียกรูปแบบการสอนนี้ว่า “PEACE Model” มีองค์ประกอบสำคัญ จำนวน 11 องค์ประกอบ มีวิธีการใช้โดยการศึกษา 1) หลักการสอนสันติศึกษา 2) วัตถุประสงค์การสอนสันติศึกษา 3) เนื้อหาการสอนสันติศึกษา 4) วิธีการสอนสันติศึกษา 5) ขั้นตอนการสอนสันติศึกษา 6) สื่อการสอนสันติศึกษา 7) การประเมินผลการสอนสันติศึกษา 8) บริบทที่เกี่ยวข้องกับการสอนสันติศึกษา 9) บทบาทผู้สอน ผู้เรียน และวิทยาการสันติศึกษา 10) ระบบการสนับสนุนและการพัฒนาอาจารย์ผู้สอนสันติศึกษา และ 11) เงื่อนไขในการนำรูปแบบการสอนสันติศึกษาไปใช้ ผลการทดลองใช้รูปแบบการสอนสันติศึกษาในชั้นเรียน พบว่า หลังการทดลองใช้รูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย มีผลการประเมินผลการสอนนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ความรู้ด้านสันติศึกษา เจตคติต่อวิชาสันติศึกษา และด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบการสอนสันติศึกษา ส่วนด้านความสามารถในการจัดการความขัดแย้งอยู่ในระดับปานกลาง รายละเอียดรูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย หรือรูปแบบการสอน “PEACE Model” ปรากฏดังแผนภูมิที่ 2 ดังนี้



แผนภูมิที่ 2 รูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย

การอภิปรายผล

จากความสำคัญของการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย และการพัฒนารูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทยหรือรูปแบบการสอน “PEACE Model” ที่มุ่งเน้นการสอน “สันติภายใน” (Internal Peace) แก่ผู้เรียนเป็นสิ่งสำคัญ ดังกล่าวข้างต้นพบข้อสรุปว่า การสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษามีความสอดคล้องกับสภาพความขัดแย้ง ความรุนแรงในสังคมไทย ตั้งแต่ระดับบุคคล ชุมชน สถานศึกษา สถานที่ทำงาน สังคม และระดับประเทศ การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจึงมีความสำคัญในฐานะสถาบันแห่งปัญญาให้การผลิตบัณฑิตให้มีสันติภาพ ดังที่ ท่านเจ้าคุณพระธรรมปิฎก (2542 : 42) อ้างถึงใน ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2553 :5) ได้ชี้แนะในส่วนการสร้างบัณฑิตว่า สถาบันอุดมศึกษาต้องสอนเพื่อพัฒนาคนให้มีลักษณะบูรณาการก่อให้เกิดสันติภาพต่อสังคมโดยรวม นอกจากนั้นการสอนสันติศึกษายังมีความสอดคล้องกับการเรียนรู้และมาตรฐานผลการเรียนรู้ และคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของแต่ละระดับคุณวุฒิ ในระดับปริญญาตรีตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552 : 6 – 20) ได้ให้ความสำคัญต่อทักษะทางปัญญาในการคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหา เมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ใหม่ๆ และมีคุณสมบัติในการแก้ปัญหา ความขัดแย้งในสถานการณ์ส่วนบุคคล และกลุ่ม นั้น มีความสอดคล้องกับการสอนสันติศึกษาอย่างมาก เพราะวิชาสันติศึกษานั้น มุ่งสอนให้ผู้เรียนมีทักษะทางปัญญา มีความสามารถในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง ความรุนแรงในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งความขัดแย้งในระดับบุคคล กลุ่ม ชุมชน สังคม และประเทศ และมีความสามารถในการจัดการความขัดแย้งโดยสันติวิธีเป็นทางเลือกใหม่ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ หากอาจารย์ผู้สอนสันติศึกษามีการ

วางแผนและออกแบบรูปแบบการสอนแบบบูรณาการ (Integration) ที่มุ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิด “สันติภาพภายใน” โดยไม่มีการใช้อำนาจครอบงำนักศึกษาจะช่วยเปิดพื้นที่การเรียนรู้ “สันติภาพภายใน” แก่นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการศึกษาสันติศึกษาอย่างสันติสุขอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับ สุชาติ เศรษฐมาลินี (2556) กล่าวว่าไว้ว่าการสอนรายวิชาสันติศึกษาควรจะมีการศึกษาค้นคว้าวิจัยวิธีการสอน และเทคนิคการสอนต่าง ๆ ในลักษณะวิธีการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการเรียนการสอนสันติศึกษามากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส (2547 :61) กล่าวว่า การมีสันติภาพภายใน (Internal Peace) เป็นสภาวะที่สภาพจิตใจที่หลุดพ้นจากพันธนาการของกิเลส หรือการครอบงำของสิ่งต่าง ๆ อันเป็นสภาพจิตที่ไร้ความขัดแย้ง ความรุนแรงทุกชนิด ซึ่งสอดคล้องกับ ลอเรน แอล ฟินเลย์ (Laura L. Finley, 2004) กล่าวถึงการสอนสันติศึกษาในระดับอุดมศึกษา ปรากฏมี 2 รูปแบบ คือ 1) การสอนแบบครอบงำใช้อำนาจโดยครูต่อศิษย์ (Dominator Model) ซึ่งปรากฏใช้มานาน ในปัจจุบันยังปรากฏให้เห็นทั่วไป และ 2) การสอนที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน (Partnership Model) ช่วยคิด ช่วยทำ ช่วยกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ในรายวิชา รวมถึงการมีส่วนร่วมในการให้คะแนน การประเมินผล และการให้เกรดด้วย การสอนที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียนจึงเป็นการสอนรูปแบบใหม่ เป็นสิ่งที่ท้าทายครูอาจารย์ผู้สอนสันติศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย พบว่า แนวคิดและทฤษฎีสันติศึกษาและสันติวิธี มีจำนวนมาก ซึ่งแต่ละแนวคิดและทฤษฎีจะมีองค์ความรู้ที่แตกต่างกัน เนื่องจากสันติศึกษาเป็นสหวิทยาการ (Interdisciplinary Studies) ฉะนั้นการนำแนวคิดและทฤษฎีสันติศึกษาและสันติวิธีไปประยุกต์ใช้ในการสอนสันติศึกษาจึงต้องใช้วิธีการแบบบูรณาการ (Integration) ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละรายวิชา และหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษานั้นๆ
2. จากผลการวิจัย พบว่า อาจารย์ผู้สอนสันติศึกษาบางท่านมีปัญหาการนำรูปแบบการสอนสันติศึกษาไปใช้สอนในช่วงแรกๆ ฉะนั้น ก่อนจะนำรูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไปทดลองใช้ในชั้นเรียน อาจารย์ผู้สอนสันติศึกษาควรศึกษาคู่มือการใช้รูปแบบการสอน โดยการศึกษา หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีการสอน ขั้นตอนการสอน และการประเมินผล อย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้สามารถนำรูปแบบการสอนสันติศึกษาไปทดลองสอนในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
3. จากผลการวิจัย พบว่า บางสถาบันอุดมศึกษามีปัญหาด้านการขาดแคลนอาจารย์ผู้สอนสันติศึกษา ทำให้การเปิดรายวิชาสันติศึกษายังไม่แพร่หลาย และไม่สามารถเปิดการเรียนการสอนได้อย่างต่อเนื่อง สถาบันอุดมศึกษาไทยจึงควรมีการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ผู้สอนสันติศึกษาให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การส่งบุคลากรไปศึกษาต่อด้านสันติศึกษาให้สูงขึ้น การเข้าร่วมอบรมสัมมนาเกี่ยวกับสันติศึกษาและสันติวิธี การเข้าร่วมฝึกทักษะการแก้ไขความขัดแย้งโดยสันติวิธีกับหน่วยงานสันติศึกษาต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
4. กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ควรมีนโยบายการสอนสันติศึกษาและกิจกรรมสันติวิธีในสถาบันอุดมศึกษาเป็นนโยบายที่สำคัญเร่งด่วนให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาความขัดแย้ง ความรุนแรงในสังคมไทยในปัจจุบันโดยอาจจะเปิดสอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป/

หมวดวิชาเลือกเสรี การสอนสอดแทรกสันติศึกษาในรายวิชาต่างๆ อันจะเป็นช่องทางหนึ่งในการเปิดพื้นที่สันติภาพให้แก่สังคมไทยที่กำลังประสบปัญหาความขัดแย้ง ความรุนแรง ทั้งในบุคคล กลุ่ม ชุมชน และสังคม

รายการอ้างอิง

คณะกรรมการดำเนินการจัดการเรียนการสอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา เครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาเขตภาคกลางเพื่อพัฒนาบัณฑิตอุดมศึกษาไทย. 2554.

รายงานประจำปี 2553 คณะกรรมการดำเนินการจัดการเรียนการสอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา เครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาเขตภาคกลางเพื่อพัฒนาบัณฑิตอุดมศึกษาไทย. สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.

พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส (นินฺธุณฺยากร). 2547. “พุทธสันติวิธี : ศึกษาวิเคราะห์ กรณีลุ่มน้ำแม่ตาช้าง จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุต.โต). 2542. การศึกษาเพื่อสร้างบัณฑิตหรือการศึกษาเพื่อสร้างผลผลิต. กรุงเทพฯ : มูลนิธิพุทธธรรม.

ไพฑูรย์ สีนลรัตน์. 2553. กลยุทธ์การสอนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุชาติ เศรษฐมาลินี. 2556. สัมภาษณ์การพัฒนา รูปแบบการสอนสันติศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาไทย. สถาบันศาสนา วัฒนธรรม และสันติภาพ มหาวิทยาลัยพายัพ. 5 กันยายน 2556.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. 2552. กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 . กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักนายกรัฐมนตรี. 2548. หนังสือของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ที่ นร0504/18022. สำนักนายกรัฐมนตรี.

Finley, L.L. 2004. Are future teachers prepared to teach about and for peace? Paper presented at the Shepherd Symposium for Social Justice, Larami, WY.

การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทย
IMPROVING LOGISTICS EFFECTIVENESS OF THE SERVICE INDUSTRY
IN THAILAND

สุรพงศ์ มานะดีพร้อม

นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

E-mail: surapong129@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของการประกอบธุรกิจการให้บริการด้านอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทยและเพื่อกำหนดสมการพยากรณ์ในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในประเทศไทย โดยสุ่มตัวอย่าง จำนวน 392 บริษัท ด้วยแบบสอบถาม เทคนิควิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการสร้างและทดสอบสมการพยากรณ์โดยใช้โปรแกรม SPSS การวิจัยได้ผลสรุปว่า

ประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ความสะดวก ความประหยัด ความปลอดภัย และความรวดเร็ว ผลการวิจัยพบว่า ขอมรับสมมติฐานการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการพัฒนาบุคลากร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการพัฒนาบุคลากร

ABSTRACT

The purposes of this research were to analyze the factors that affected Logistics Effectiveness of the service industry in Thailand, and to determine the equation for improving Logistics Effectiveness of the service industry in Thailand. The population of this research is logistics services providers in Thailand. The 392 samples' opinions were collected by the questionnaires and analyzed by multiple regression analysis and prediction equations of Logistics Effectiveness used SPSS program.

The results have shown that the 4 components of Logistics Effectiveness are Convenient, Save, Safety and Quickly. The Summary of all accepted hypothesizes are Hardware (HW), Software(SW), and Peopleware(PW) affect Logistics Effectiveness (LE), statistically significant.

KEYWORDS: Logistics Effectiveness, Hardware, Software and Peopleware.

บทนำ

สถานการณ์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และรุนแรง ธุรกิจต่างๆ ส่วนต้องพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การค้าระหว่างประเทศได้เข้ามา มีบทบาทสำคัญ ส่งผลให้บริษัทธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการขนส่ง และโลจิสติกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ธนาคารโลก (World Bank) ได้ทำการสำรวจประสิทธิผล ของระบบโลจิสติกส์ของแต่ละประเทศแล้วนำมาพัฒนาเป็นดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ข้อมูลของการจัดอันดับ LPI ของธนาคารโลกได้ทำการสำรวจปี 2014 จัดอันดับให้ ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 35 ของโลก (Arvis, et.al. 2014 : 5-7) ระบบโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมต้องการการ สนับสนุนในหลายๆ รูปแบบ วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำและความมุ่งมั่นขององค์กรเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพและการพัฒนาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของประเทศ (Arvis, 2012 : 217 – 226)

โลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญมากสำหรับการแข่งขันทางธุรกิจจะบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ ในการดำเนินกิจกรรมเหล่านี้ได้นั้น จะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากบุคลากรภายในเนื่องจากการพัฒนา บุคลากรเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ (ชานนท์ ชาญเจริญลาภ, ชมพล มณฑา ทิพย์กุล และ ชราธร กลุ ภทรนิรันดร์. 2556 : 2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) กำหนดให้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศให้เชื่อมโยงการขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่าง ประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่งที่เข้ามาช่วย บริหารระบบโลจิสติกส์ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่างๆ มากมาย เช่น ช่วยลดเวลาในกระบวนการขนส่ง ทำให้ระดับการ ให้บริการลูกค้าดีขึ้น ช่วยลดต้นทุนทางโลจิสติกส์ (ธีรวัฒน์ อรุโณศรีสกุล 2550 : 1)

มาตรการใช้วัดประสิทธิผลการให้บริการคือการสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการที่วัดจาก การให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำที่เป็นการให้บริการอย่างกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (กชกร บุญฤทธิผล 2553 : 9) ประกอบด้วยคุณสมบัติ ที่มีความรวดเร็วสามารถทำให้สินค้าและบริการต่างๆ ไปสู่ตลาดได้ อย่างรวดเร็ว ทันเวลาและทันต่อความต้องการ การขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องทำให้เกิดการประหยัดในต้นทุน การขนส่ง ประหยัดในราคาค่าบริการและความสะดวกสบาย การขนส่งที่ดีจะต้องให้ความสะดวกสบายกับ ผู้ใช้บริการ มีความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา การขนส่งที่ดี และมีประสิทธิภาพต้องมีกำหนดเวลาที่ แน่นนอน เชื่อถือได้และตรงต่อเวลา (วาสนา จรูญศรีโชติกำจร 2550 : 39-40)

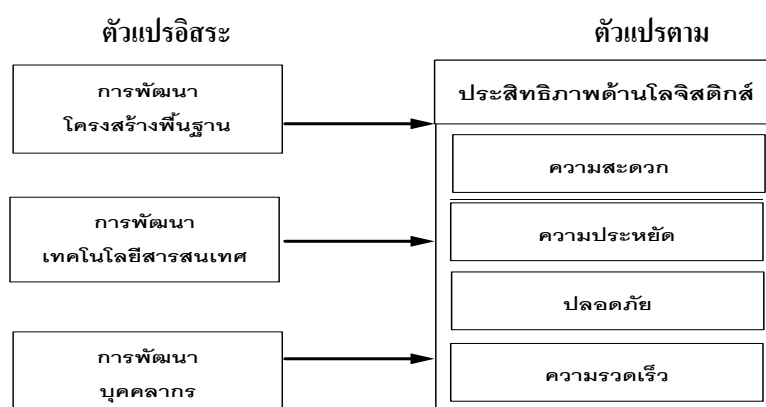
ผู้วิจัยเสนอแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ โดยมุ่งหวังให้การดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์เกิดประสิทธิผลจากการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมโยงระบบการขนส่งทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการระบบ โลจิสติกส์ ให้เกิดประสิทธิผล โดยการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการ ขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงาน โลจิสติกส์ และการพัฒนาบุคลากรทางด้านโลจิสติกส์ให้มีความ พร้อม มีความรู้ทักษะในการปฏิบัติงาน การให้บริการด้านโลจิสติกส์สูงขึ้น พัฒนาวิชาชีพโลจิสติกส์ ให้ สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจและเป็นไปตามมาตรฐานสากล สามารถแข่งขันได้ในเวทีธุรกิจและการค้า ระหว่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิผลการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการและกำหนดสมการพยากรณ์ในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยในครั้งนี้กระทำโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีการบริหารและการจัดการ ตลอดจนผลงานวิจัยการวิจัยของ กชกร บุญฤทธิ์ผล (2553) เข้มพร สุ่มมาตย์ (2553) นิมิตร ศิริवार (2554) อนุสนธิ์ เจริญมาศ (2555) เวทย์วิชัย ภาคบุญมีเจริญ (2555) พิสิษฐ์จันทร์ วราสุทธิ์ และคณะ (2555) สรวิชญ์ เขียวยืนยง และ สืบศักดิ์ นันทวานิช (2556) ชานนท์ ชาญเจริญลาภ, ชมพล มณฑาทิพย์กุล และ ธาราธร ภูภัทรนิรันดร์ (2556) Arvis, et.al. (2014) Ginters, & Martin-Gutierrez (2013) Yaslioglu, Karagulle, & Baran (2013) Muhammad et al. (2014) และข้อมูลเบื้องต้น มาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทยโดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังแสดงในภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทย

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์

สมมติฐานที่ 2 การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์

สมมติฐานที่ 3 การพัฒนาบุคลากร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในประเทศไทย ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งในและระหว่างประเทศที่มีบริษัทอยู่ในประเทศไทย มีจำนวน 17,378 บริษัท

(ข้อมูลที่จัดทะเบียน ณ 2554 ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 392 คน การสุ่มตัวอย่างใช้เทคนิควิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างมีสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือและความน่าเชื่อถือได้พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่คำนวณได้ ของตัวแปรการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาบุคลากร ความสะดวก ความประหยัด ปลอดภัย และความรวดเร็ว มีค่ามากกว่า 0.7 ทุกค่าแสดงว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

การตรวจสอบข้อมูลที่ทำให้ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity พิจารณาจากค่า Tolerance ไม่ต่ำกว่า 0.1 และค่า VIF ไม่เกิน 10 (สุวิมล ศิริทนต์, 2553 : 73) และการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์เป็นอิสระต่อกัน พิจารณาจากค่าสถิติทดสอบ Durbin-Watson ถ้ามีค่าใกล้ 2 (นั่นคือมีค่าในช่วง 1.5 ถึง 2.5) จะสรุปว่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชชัยบัญชา, 2550 : 331)

สรุปผลการวิจัย

การสร้างสมการพยากรณ์ตัวแปรประสิทธิผลการให้บริการ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจและทดสอบสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

จากตาราง 1 พบว่าสมการ Model 1 มีค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ (Adjusted R^2) ที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม มีค่า ร้อยละ 38.7 ซึ่งน้อยกว่าสมการ Model 2 มีค่า Adjusted R^2 ร้อยละ 41.5 และซึ่งน้อยกว่าสมการ Model 3 มีค่า Adjusted R^2 ร้อยละ 42.2 และ ค่า Durbin-Watson มีค่า 1.5 แสดงว่า ความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจและการทดสอบสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

Model	R		Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
	R	Square			R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.624	.389	.387	.40555	.389	248.110	1	390	.000	
2	.647	.418	.415	.39616	.029	19.718	1	389	.000	
3	.653	.426	.422	.39397	.088	5.327	1	388	.022	1.5

หมายเหตุ	Model 1 Predictors: (Constant), SW				Model 2 Predictors: (Constant), SW, PW					
	Model 3 Predictors: (Constant), SW, PW, HW				Dependent Variable: LE					
	LE แทน ตัวแปรประสิทธิผลการให้บริการ				SW แทน ตัวแปรการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ					
	PW แทน ตัวแปรการพัฒนาบุคลากร				HW แทน ตัวแปรการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน					

ขั้นตอนที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย(b) ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน(β) และการทดสอบปัญหา Multicollinearity

จากตาราง 2 พบว่าสมการพยากรณ์ Model 1 : $LE = 0.624SW$ Model 2 : $LE = 0.346SW + 0.326PW$ และ Model 3 : $LE = 0.215SW + 0.270PW + 0.202 HW$ สมการพยากรณ์ ทั้ง 3 Model มีค่า Tolerance ไม่ต่ำกว่า 0.1 และ ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 แสดงว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

ขั้นตอนที่ 3 การทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์

จากตาราง 3 พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากสมการพยากรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับศูนย์

สมการพยากรณ์ตัวแปรประสิทธิผลการให้บริการที่เหมาะสมมีค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ (Adjusted R^2) ที่มีค่ามากที่สุดแสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม มีค่า ร้อยละ 42.2 คือ Model 3 โดยที่สมการเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นในการใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น คือ ตัวแปรอิสระทุกตัวจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์ มีความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับศูนย์ มีความแปรปรวนคงที่และ มีการแจกแจงแบบปกติ

$$\text{สมการพยากรณ์ } LE = 0.202 HW + 0.215SW + 0.270PW$$

สมการพยากรณ์ตัวแปรประสิทธิผลการให้บริการที่เหมาะสมมีความหมายว่าตัวแปรประสิทธิผลการให้บริการได้รับผลกระทบเชิงบวกมาจากตัวแปรการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ตัวแปรการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและตัวแปรการพัฒนานุเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการพัฒนานุเคราะห์ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์

ตาราง 2 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย(b) ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน(β) และการทดสอบปัญหา

Multicollinearity สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณตัวแปรประสิทธิผลการให้บริการ

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	2.082	.142		14.657	.000	
	SW	.560	.036	.624	15.752	.000	1.000 1.000
2	(Constant)	2.012	.140		14.407	.000	
	SW	.311	.066	.346	4.712	.000	.277 3.610
	PW	.255	.058	.326	4.440	.000	.277 3.610
3	(Constant)	2.059	.140		14.669	.000	
	SW	.193	.083	.215	2.328	.020	.173 5.783
	PW	.211	.060	.270	3.499	.001	.249 4.016
	HW	.151	.065	.202	2.308	.022	.193 5.177

หมายเหตุ	Model 1 Predictors: (Constant), SW	Model 2 Predictors: (Constant), SW, PW
	Model 3 Predictors: (Constant), SW, PW, HW	Dependent Variable: LE
	LE แทน ตัวแปรประสิทธิผลการให้บริการ	SW แทน ตัวแปรการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ
	PW แทน ตัวแปรการพัฒนาบุคลากร	HW แทน ตัวแปรการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

ตาราง 3 ค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์ตัวแปรประสิทธิผลการให้บริการ

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.4317	4.8354	4.2953	.33822	392
Residual	-1.49599	1.06502	.00000	.39246	392
Std. Predicted Value	-2.553	1.597	.000	1.000	392
Std. Residual	-3.797	2.699	.000	.996	392

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาประสิทธิผลการให้บริการของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทยมีผลการศึกษาที่สอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรม ประสิทธิผลการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ความสะดวก ความประหยัด ความปลอดภัย และความรวดเร็ว ซึ่งเป็นคุณภาพมาตรฐานของการพัฒนาการขนส่งที่มีประสิทธิผลมากที่สุด (กานาย อภิปรัชญาสกุล, 2546 : 200-201) สอดคล้องกับงานวิจัยมาตรที่ใช้วัดประสิทธิผลการให้บริการคือการสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ (กษกร บุญฤทธิผล 2553 : 9) การบริหารจัดการการขนส่งสินค้า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุมการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ด้านต้นทุนการขนส่ง ด้านอำนวยความสะดวก ด้านการตอบสนอง และด้านความปลอดภัย ว่าแต่ละด้านส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการโลจิสติกส์ (นิมิตร ศิริवार, 2554 : 86-87) ผลการศึกษาพบว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยที่ว่าปัญหาด้านประสิทธิภาพของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ คือปัญหาคอขวดของโครงข่ายถนน การขนส่งหลักของไทยคือการขนส่งทางถนน และมีความต้องการขนส่งที่มากขึ้น ทำให้เกิดการจราจรติดขัด ทำให้เกิดความล่าช้าในการขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวกในการรวบรวมและการกระจายสินค้าไม่เพียงพอ และไม่มีประสิทธิผล (อรพิน อุดมชนะธีระ, 2556 : 26) สภาพผิวการจราจรมีผลต่อการประกอบธุรกิจการขนส่งได้ทันตามกำหนดเวลาและส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการโลจิสติกส์ (อนุสนธิ์ เจริญมาศ, 2555 : 225) ปัญหาการกำหนดเส้นทางเดินรถที่เหมาะสม ถือเป็นปัญหาที่ผู้ขนส่งสินค้าทางถนน ระยะทางของเส้นทางที่จะวิ่งจำนวนลูกค้า ตำแหน่งของลูกค้า ชนิดและปริมาณของสินค้า เวลาที่ลูกค้าสะดวกให้ไปส่ง จำนวนและชนิดของรถส่งของ สามารถหาคำตอบที่มีต้นทุนรวมต่ำกว่าในเวลาที่สั้นกว่าวิธีการหาค่าที่ดีที่สุดด้วยการใช้ระบบเทคโนโลยี (สรวิษฐ์ เขาว์ยืนยง และ สืบศักดิ์ นันทวานิช, 2556 : 2-3) และการบริหารจัดการขนส่งสินค้าทางน้ำ ด้านการจัด

องค์กร และด้านการควบคุม มีความสัมพันธ์และมีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ (เวทย์วิชัย ภาณุบุญมีเจริญ, 2555 : 203)

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ เนื่องจากภาคการค้าของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์มีการสนับสนุนกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกที่สำคัญทำให้สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ด้วยระบบการสื่อสารและการประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งผลทำให้การดำเนินงานอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ราบรื่น (Muhammad et al. , 2014 : 204) ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งที่มีคุณภาพและมีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน สามารถ ลดข้อผิดพลาดที่อาจทำให้เกิดความเสียหายและความสูญเสียที่สำคัญ (Ginters, & Martin-Gutierrez. 2013 : 3) ปัจจัยหลักสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (วลัยลักษณ์ อัครวิวงศ์, 2555 : 155)

การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้ตรงกับความต้องการและมีการจัดการสารสนเทศที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ ไม่ลำเอียงและไม่ผิดพลาด ได้แก่ ระบบวางแผนความต้องการวัตถุดิบ (MRP) ระบบวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กร (ERP) ระบบบริหารคลังสินค้า (WMS) ระบบวางแผนกระจายสินค้าและวัตถุดิบ (DRP) ระบบจัดการการขนส่ง (TMS) มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างองค์กร มีระบบสนับสนุนความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ ระบบการเงินและบัญชี และระบบสนับสนุนการวางแผนจัดสรรทรัพยากรองค์กรเพื่อให้เกิดการไหลอย่างมีประสิทธิภาพด้วยโปรแกรม ERP ที่มีบทบาทสนับสนุนกระบวนการทำงานขององค์กร (โกศล ดีศีลธรรม, 2548 : 50-53) ซึ่งระบบทำให้เกิดประโยชน์ในการวางแผนให้ลำดับเวลา การทำงานสัมพันธ์กัน และสามารถตรวจสอบได้อย่างทันที และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในรูปแบบการรวมกันเป็นพันธมิตร (วิโรจน์ พุทธิวิธี, 2547 : 18-20) เครือข่ายอินเทอร์เน็ตสร้างความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารข้อมูลที่รวดเร็วและตัดสินใจด้วยการใช้ข้อมูลก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าเพิ่ม (โกศล ดีศีลธรรม, 2548 : 36)

การพัฒนานุเคราะห์ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ เนื่องจากบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ (ชานนท์ ชาญเจริญลาก , ชมพล มณฑาทิพย์กุล และ ธราธร กลุ ภัทรนิรันดร์, 2556 : 2) แผนพัฒนานุเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการคัดสรรบุคลากรที่มีความเหมาะสม จำเป็นต้องรักษานุเคราะห์เหล่านี้ไว้เพื่อให้สามารถทำงานให้กับองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง พนักงานงานที่มีความรู้ความสามารถ ในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับการดำเนินงานและเป้าหมายขององค์กรนั้นย่อมนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ทั้งนี้การดำเนินงานด้านบุคลากรอย่างเหมาะสม จะช่วยส่งเสริมความสำเร็จขององค์กร โดยจะต้องบูรณาการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์กร (เข็มพร สุ่มมาตย์, 2553 : 147-148) ความไม่มั่นคงในการทำงานและความเครียดที่เกี่ยวข้องในงานมีผลโดยตรงต่อพนักงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงานของบริษัทที่จะส่งผลในการสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขัน (Yaslioglu, Karagulle, & Baran , 2013 : 332) บุคลากรด้านโลจิสติกส์ต้องมี คุณวุฒิ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็น เพื่อให้เหมาะสมกับงานโลจิสติกส์ และควรได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติม (พิสิษฐ์ จันทร์ วราสุทธิ์ และคณะ, 2555 : 137-138)

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการและการนำไปปฏิบัติ ผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงด้านการบริหารจัดการ ให้เกิดประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประยุกต์ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องได้ เพื่อกำหนดนโยบายและแผนการวางแผนการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้อย่างเหมาะสมที่สอดคล้องกับสถานการณ์ การกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับอิทธิพลของตัวแปรที่มีส่งผลต่อประสิทธิผล การให้บริการ ผู้ประกอบการต้องการเพิ่มประสิทธิผลการให้บริการควรให้ความสำคัญการพัฒนาบุคลากร การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตามลำดับ ผลการวิจัย สมการพยากรณ์ $LE = 0.202 HW + 0.215SW + 0.270PW$ ด้วยการเพิ่มการพัฒนาบุคลากร 1 หน่วยมาตรฐานจะทำให้ประสิทธิผลการให้บริการเพิ่มขึ้น 0.270 หน่วยมาตรฐาน การเพิ่มการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศบุคลากร 1 หน่วยมาตรฐานจะทำให้ประสิทธิผลการให้บริการเพิ่มขึ้น 0.215 หน่วยมาตรฐาน และการเพิ่มการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 1 หน่วยมาตรฐานจะทำให้ประสิทธิผลการให้บริการเพิ่มขึ้น 0.202 หน่วยมาตรฐาน

รายการอ้างอิง

- กษกร บุญฤทธิผล. (2553). กลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางด้าน โลจิสติกส์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการด้านโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2550). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกศล ศิธิธรรม. (2548). การบริหารแบบโลจิสติกส์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เข็มพร สุ่มมาตย์. (2553). ผลกระทบของศักยภาพภายในองค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่มีต่อแรงกดดันในการทำงานและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชัชมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- คำนวย อภิปรัชญาสกุล. (2546). โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน “กลยุทธ์ทำให้รายจ่ายให้ประหยัด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงงานนัฏพร
- ชานนท์ ชาญเจริญลาภ, ชมพล มณฑาทิพย์กุล และ ธรธร กุล ภัทรนรินทร์. (2556). กรณีศึกษาการพัฒนาบุคลากรทางด้านโลจิสติกส์ด้วยวิธีการสมรรถนะ วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร **MUT Journal of Business Administration** ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2556).
- ธีรวัฒน์ อรุโณศรีสกุล. (2550) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อระบบวางทรัพยากรองค์กรเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางโลจิสติกส์ วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิมิตร ศิริวาร. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า โดยรถบรรทุก เส้นทางรถขนส่ง ภาคกลาง และภาคตะวันออก วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- พิสิษฐ์จันทร์ วราสุทธิ์ และคณะ. (2555) **โครงการศึกษาความต้องการบุคลากรด้านโลจิสติกส์ในโรงพยาบาลสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).**
- วลัยลักษณ์ อัครีวงศ์. (2555). กลยุทธ์การดำเนินงานกับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น. **วารสาร มฉก. วิชาการ ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 มกราคม-มิถุนายน 2555** 155-166.
- วาสนา จรุงศรีโชติกำจร. (2550). ผลกระทบของประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย จีน. **วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.**
- วิโรจน์ พุทธิวิทย์. (2547). **การจัดการโลจิสติกส์ Logistics Management.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โอเอซิสปริ้นท์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- เวทย์วิชัย ภาคบุญมีเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางลำน้ำในเส้นทางขนส่งเสบียงชายฝั่งอ่าวไทย แม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำป่าสัก. **วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา.**
- สรวิชัย เขวี่ยนยง (ดร.) และ สืบศักดิ์ นันทวานิช (รศ.ดร.). (2556). **โครงการการออกแบบระบบโลจิสติกส์ที่เหมาะสมที่สุดของโครงข่ายการส่งสินค้าที่มีผู้ส่งสินค้าและลูกค้าหลายราย.**
- สุวิมล ติรณานนท์. (2553). **การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุสนธิ์ เจริญมาศ. (2555). การพัฒนาศักยภาพทางหลวงชนบท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนเลียบริมแม่น้ำป่าสัก อำเภอนครหลวงจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.**
- อรพิน อุดมธนธีระ(2556). **แนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในภาคอุตสาหกรรม. สำนักโลจิสติกส์ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่.**
- Arvis ; Jean-Francois, Saslavsky; Daniel , Ojala ; Lauri, Shepherd ; Ben, Busch ; Christina, & Raj ; Anasuya .(2014). **The Logistics Performance Index and Its indicators. Connecting to Compete 2014 : Trade Logistics in the Global Economy.** The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank. 2014.
- Ginters; Egils, & Martin-Gutierrez; Jorge. (2013). Low cost augmented reality and RFID application for logistics items visualization. **Procedia Computer Science** 26. 2013 : 3 – 13.
- Muhammad; Mokhtar et al. (2014). Effective Communication Systems for Malaysian Logistics Industry. **Procedia - Social and Behavioral Sciences.**130. 2014 : 204–215.
- Yaslioglu; Murat, Karagulle; Ali Ozgr, & Baran; Muhtesem. (2013) **An Empirical Research on the Relationship between Job Insecurity, Job Related Stress and Job Satisfaction in Logistics Industry. Procedia-Social and Behavioral Sciences ,99 .2013; .332 – 338.**

**การวิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการ
ในเกาหลีใต้: บทเรียนสำหรับประเทศไทย**

**AN ANALYSIS ON THE COMPETITIVENESS OF MEETING, INCENTIVE,
CONFERENCE AND EXHIBITION (MICE) INDUSTRY IN SOUTH KOREA:
LESSON FOR THAILAND**

สุกัญญา นนทรักษ์

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรเกาหลีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail: n.sukanya321@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการพัฒนาของอุตสาหกรรมไมซ์ในเกาหลีใต้และไทย (2) วิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันอุตสาหกรรมไมซ์ในเกาหลีใต้ และ (3) เสนอแนวทางเพื่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย โดยงานวิจัยนี้อยู่บนพื้นฐานของการใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งที่น่าเชื่อถือต่างๆ เช่น งานวิจัย หนังสือ บทความ รายงาน จุลสาร วารสาร และ อินเทอร์เน็ต รวมถึงข้อมูลสถิติจากองค์กรทั้งในและต่างประเทศ เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) สมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศ (ICCA) และองค์การการค้าโลก (WTO) ผลการวิเคราะห์ไดมอนโมเดลพบว่ามี 11 ปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในเกาหลีใต้ แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสามารถแบ่งเป็นด้านต่างๆ ได้ ดังนี้ (1) ด้านความมั่นคงและปลอดภัย (2) ด้านการขนส่งสาธารณะ (3) ด้านการวิจัยและพัฒนา (4) ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และ (5) ด้านความร่วมมือระหว่างส่วนกลาง ท้องถิ่น และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ: อุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมการประชุม ความสามารถในการแข่งขัน ไดมอนโมเดล ไทย เกาหลีใต้

ABSTRACT

The objectives of this qualitative research were: (1) to study the development of South Korean and Thai MICE industry; (2) to analyze the key factors affecting the competitiveness of MICE industry in South Korea; and (3) to provide suggestions for further development of Thai MICE industry. This research mainly utilized the secondary data from various sources such as researches, books, journals, reports, pamphlets, periodicals and internet. Statistic data were retrieved from both national and international organizations such as TCEB, ICCA and WTO. Michael E. Porter's diamond model was applied to analyze the competitiveness of South Korean MICE industry, in which 11 sub-determinants were identified. In addition, the suggestions for

enhancing the competitive advantages of Thai MICE industry included (1) stability and security, (2) public transportation, (3) research and development (4) human resource development, and (5) collaboration between central, local and related sectors.

KEYWORDS: MICE industry, Meetings industry, Competitiveness, Diamond model, Thailand, South Korea

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆของไทย ทำให้เกิดการจ้างงานและรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล อุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการหรือเรียกตามภาษาอังกฤษว่าอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE industry) เป็นสาขาหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยสี่สาขาย่อย คือ (1) อุตสาหกรรมการจัดประชุม (Meetings) (2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) (3) อุตสาหกรรมการจัดงานนานาชาติ (Conventions) และ (4) อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions)

หลายคนอาจเพิ่งเคยได้ยินเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แต่ในปัจจุบัน หลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยก็ได้มีความพยายามเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้มาเป็นระยะพอสมควร องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้คาดการณ์การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกไว้ว่า จะมีอัตราการเติบโตต่อปีเฉลี่ยร้อยละ 4 ไปจนถึงปีพ.ศ. 2563 ดังนั้น อุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวจึงย่อมเติบโตตามไปด้วย หลายประเทศทั่วโลกล้วนเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านขนส่งสาธารณะ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและครอบครองส่วนแบ่งของตลาดไมซ์โลก ประเทศเศรษฐกิจยักษ์ใหญ่อ่างสหรัฐอเมริกาและจีนก็ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอย่างมากเช่นกัน โดยสภาอุตสาหกรรมการประชุมแห่งสหรัฐอเมริกาเปิดเผยว่าในปีพ.ศ. 2552 อุตสาหกรรมนี้สร้างงานถึง 1.7 ล้านตำแหน่ง และสร้างรายได้ถึง 106 พันล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนประเทศจีน ก็พัฒนาศักยภาพในการจัดงานประชุมและแสดงสินค้านานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพจนสมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศหรือ ICCA คาดการณ์ว่าจีนจะกลายเป็น “จุดหมายชั้นเยี่ยมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์โลกในศตวรรษที่ 21” (Barys, 2011)

อีกประเทศในเอเชียที่ทุ่มเทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์คือประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งแนวโน้มศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของเกาหลีกำลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมั่นคง จนได้รับความไว้วางใจให้จัดการประชุมขององค์กรระหว่างประเทศมากกว่า 300 ครั้งในปีพ.ศ. 2551 (CEI Asia, 2009) และอยู่ในลำดับต้นๆจากการจัดอันดับเมืองแห่งการประชุมของสมาคมระหว่างประเทศต่างๆเสมอมา โดยในปีพ.ศ. 2556 เกาหลีใต้อยู่ในอันดับที่สามของตลาดเอเชียในการจัดอันดับของ ICCA (ICCA, 2014)

สำหรับประเทศไทย ก็ได้มีการก่อตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB ขึ้นในปีพ.ศ. 2545 โดย TCEB เข้ามามีบทบาทหลักในการดูแลอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยมาโดยตลอด ทั้งด้านการจัดวางกลยุทธ์การพัฒนา ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ เพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นจุดหมายสำคัญของการจัดงานไมซ์ในระดับโลก ซึ่งผลงานที่เห็นได้ชัดเจนคือ

แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดโลกและการรั้งอันดับสองรองจากสิงคโปร์ในตลาดอาเซียนจากการจัดอันดับประจำปี พ.ศ. 2556 จาก สมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศหรือ ICCA (ICCA, 2014)

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยและเกาหลีใต้ โดยจะศึกษาประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมไมซ์ของทั้งสองประเทศ แล้วทำการวิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันของเกาหลีใต้โดยใช้โดมอนโมเดลของ Michael E. Porter (1990) จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ของเกาหลีใต้มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าของไทย เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาของอุตสาหกรรมไมซ์ของเกาหลีใต้และไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไมซ์ของเกาหลี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

งานวิจัยนี้ประกอบด้วย 2 แนวคิดทฤษฎีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานประชุมและนิทรรศการ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และ การเลือกสถานที่จัดงานประชุม (Convention site selection)

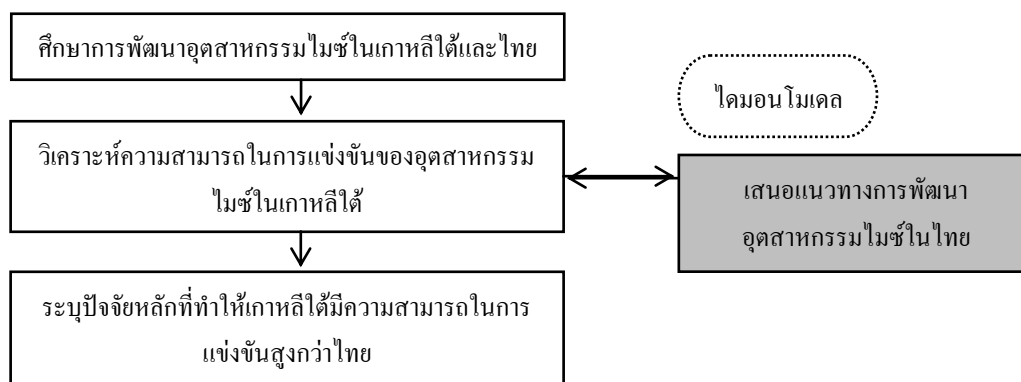
McCabe และคณะ (2000) กล่าวว่า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในการจัดงานอีเวนท์หนึ่งๆ คือ ผู้ที่ส่งผลและได้รับผลจากการจัดงานอีเวนท์นั้น เช่น ผู้จัดงาน โรงแรมที่พัก การคมนาคม และ สมาคมต่างๆ ซึ่งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้เองถือเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้งานไมซ์ที่จัดมีประสิทธิภาพ (McCabe et al, 2000 อ้างใน Pavit Tansakul, 2008) ในการวิเคราะห์ขีดความสามารถจึงมีผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียนี้เป็นปัจจัยย่อยในงานวิจัยนี้เช่นกัน เช่น โรงแรมที่พัก และการคมนาคม

ส่วนการเลือกสถานที่จัดงานประชุม (Convention site selection) ก็มีความสำคัญต่อการจัดงานไมซ์ไม่แพ้กัน โดยมีหลักเกณฑ์สำคัญต่างๆ ดังนี้ การเข้าถึง การสนับสนุนจากท้องถิ่น โอกาสในการท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกในงาน สภาพแวดล้อมของสถานที่ และ หลักเกณฑ์อื่นๆ เช่น ความปลอดภัย (Crouch and Ritchie, 1998 อ้างใน Crouch and Webber, 2002) การเลือกสถานที่สำหรับงานไมซ์จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ยิ่งศูนย์การประชุมหรือสถานที่จัดงานมีหลักเกณฑ์เหล่านั้นมากเท่าใด ก็จะส่งผลให้มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นเท่านั้น

กรอบแนวคิดการวิจัยเริ่มด้วยการศึกษาการพัฒนาของอุตสาหกรรมไมซ์ในเกาหลีใต้และไทย โดยพบว่า ไทยและเกาหลีใต้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการประชุมขึ้นมาในเวลาใกล้เคียงกัน (ไทยจัดตั้งในปีพ.ศ. 2520 ส่วนเกาหลีใต้จัดตั้งในปีพ.ศ. 2522) แต่ผลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า เกาหลีใต้มีขีดความสามารถในการแข่งขันมากกว่าของไทย โดยวัดจากส่วนแบ่งทางการตลาดของการจัดประชุมนานาชาติ และ อัตราการเติบโตของการจัดการประชุมในรอบ 50 ปี (ICCA, 2013)

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในเกาหลีใต้ทำโดยใช้โดมอนโมเดลของ Michael E. Porter (1990) ซึ่งแบ่งความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยหลัก 4 ปัจจัย ได้แก่ เงื่อนไขด้าน

ปัจจัยการผลิต (Factor conditions) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand condition) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries) และ โครงสร้าง กลยุทธ์และการแข่งขัน (Firm strategy, structure and rivalry) เมื่อทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันแล้ว จึงระบุปัจจัยหลักที่ทำให้เกาหลีใต้มีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าไทย แล้วจึงเสนอแนวทางเพื่อพัฒนาด้านต่างๆเหล่านั้นของอุตสาหกรรมไมซ์ในไทยต่อไป



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมจากแหล่งต่างๆ เช่น งานวิจัย หนังสือ บทความ รายงาน จุลสาร วารสาร ข้อมูลสถิติ และข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยมาจากหน่วยงานที่ดูแลในส่วนนี้โดยตรง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB และ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ TICA ส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของเกาหลีใต้มาจากสององค์กรหลัก คือ องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (Korea Tourism Organization) และ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์เกาหลี (Korea MICE Bureau)

นอกจากนี้ ยังมีข้อมูลสถิติประกอบการวิจัยที่เก็บจากองค์กรหรือสมาคมนานาชาติต่างๆ อาทิ สมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศ (International Congress and Convention Association: ICCA) องค์กรการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) และสมาคมอุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้าโลก (Global Association of the Exhibition Industry: UFI)

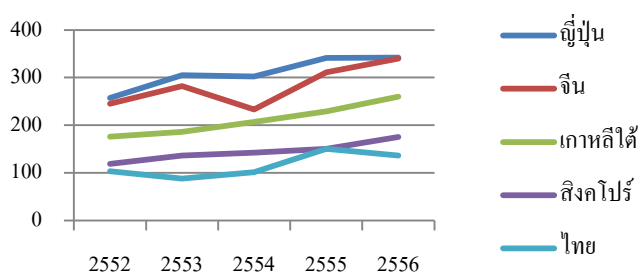
สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์โดยใช้ไดมอนโมเดลพบว่ามี 11 ปัจจัยย่อย ที่ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของเกาหลีใต้ในตลาดโลกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต แบ่งเป็นสี่ปัจจัยย่อย คือ (1) ภูมิศาสตร์ (2) วัฒนธรรม (3) สถานที่จัดงาน และ (4) บุคลากรผู้จัดงาน ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมส่งผลให้เกาหลีใต้มีข้อได้เปรียบทางด้านสภาพ

อากาศและสถานที่ท่องเที่ยว (Chan et al, 2001) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบสำหรับสถานที่จัดงานตามแนวคิดของ Crouch และ Ritchie (1998) เกาหลีใต้มีสถานที่จัดงานที่เพียงพอและเพียงพอด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจัดให้มีศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการขนาดใหญ่ในทั้ง 8 จังหวัด รวมเนื้อที่การจัดการแสดงในร่มมากถึง 280,190 ตารางเมตร รั้งอันดับ 3 ของเอเชียจากการจัดอันดับปีพ.ศ. 2554 (UFI, 2011) ส่วนด้านบุคลากรผู้จัดงาน จำนวนของผู้จัดงานประชุม (PCO) และ องค์กรจัดหาแรงงานชั้นดี (PEO) ในอุตสาหกรรมไมซ์ของเกาหลีมีอัตราเพิ่มขึ้น และได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากทางรัฐบาลเกาหลีได้อย่างต่อเนื่อง (Jim, 2006)

เงื่อนไขด้านอุปสงค์ วัดจากสองปัจจัยย่อย คือ (1) จำนวนผู้ร่วมงาน และ (2) ส่วนแบ่งตลาดโลก จากการสำรวจของศูนย์ศึกษานโยบายร่วม พบว่า จำนวนผู้ร่วมงานไมซ์ของเกาหลี มีอัตราเพิ่มขึ้นกว่าสองเท่า จาก 10,006,990 คนในปีพ.ศ. 2553 เป็น 26,833,499 คนในปีพ.ศ. 2554 (Convergence Research Policy Center, 2013) และเกาหลีใต้มีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงเมื่อเทียบกับประเทศชั้นนำในอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชียประเทศอื่น



ภาพประกอบ 2 กราฟแสดงการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ปีพ.ศ. 2552 – 2556

ที่มา: Country & City Rankings, ICCA, 2009; ICCA, 2010; ICCA 2011; ICCA 2012; ICCA, 2013

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ประกอบด้วยสี่ปัจจัยย่อย คือ (1) การคมนาคม (2) โรงแรมที่พัก (3) การท่องเที่ยว และ (4) การวิจัยและพัฒนา การคมนาคมของเกาหลีทั้งทางบก น้ำ และอากาศถูกพัฒนาและส่งเสริมจากรัฐบาลมาตลอดตั้งแต่เริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจ 5 ปี ฉบับแรก (1962-1966) ในสมัยประธานาธิบดีปาร์ค จุงฮี (Ro, 2002) เรื่อยมาจนปัจจุบันเมื่อประธานาธิบดีปาร์คเกี้นเฮมเงินอีกกว่า 108 ล้านเหรียญสหรัฐในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม (Worldhighways, 2013) ด้านโรงแรมที่พักก็มีการจัดเตรียมไว้อย่างเพียงพอ โดยมีห้องพักมากถึง 115,000 ห้อง (KTO, 2012) อีกทั้งแคมเปญเช่น ‘Good Stay’ และ ‘Benikea’ ก็ทำให้ผู้เข้าพักได้รับโปรโมชันเพิ่มเติมและมีความมั่นใจในความปลอดภัยมากขึ้น ส่วนด้านการท่องเที่ยว ทางรัฐบาลก็มีการกระตุ้นการเติบโตโดยตรง ด้วยการจัดตั้งให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งใน 17 อุตสาหกรรมที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจเกาหลีโดยเริ่มตั้งแต่ปีพ.ศ. 2552 เป็นต้นมา (Ha, 2014) ซึ่งการยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ครั้งนี้นำไปสู่การวิจัยและพัฒนาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ที่มากขึ้นจนกลายเป็นอีกหนึ่งภาคส่วนสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของเกาหลีต่อไป

โครงสร้าง กลยุทธ์และการแข่งขัน ในส่วนนี้ ผู้วิจัยรวมให้อยู่ในปัจจัยย่อยเพียงปัจจัยเดียว คือ (1) การพัฒนาอย่างยั่งยืน รัฐบาลเกาหลีใต้เริ่มสร้างพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์โดยในปีพ.ศ. 2546 ได้มอบหมายให้สององค์กรหลัก คือ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมการประชุมเกาหลี (KCB) และสมาพันธ์

อุตสาหกรรมการประชุมเกาหลี (KCA) ทำงานร่วมกัน (Jin, 2006) ซึ่งในช่วงเริ่มต้นการพัฒนานั้น ทั้งสององค์กรมุ่งส่งเสริมด้านการศึกษาวิจัยและการฝึกอบรมพัฒนาแรงงานสำหรับอุตสาหกรรมนี้โดยเฉพาะ จากนั้นจึงเริ่มการส่งเสริมด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังเมื่อสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์เกาหลี (Korea MICE Bureau) ทำการปรับเปลี่ยนนโยบายตามการยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ของรัฐบาลในปีพ.ศ. 2552 โดยปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และโครงสร้างให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับท้องถิ่น ผลักดันให้จังหวัดต่างๆ สร้างเอกลักษณ์ประจำถิ่นขึ้นเพื่อดึงดูดผู้จัดอีเวนต์ให้กระจายการจัดงานออกจากกรุงโซลไปยังจังหวัดต่างๆ มากขึ้น

อภิปรายผล

ในส่วนของการอภิปรายผล จะเป็นการนำการวิเคราะห์ไดมอนด์โมเดลของอุตสาหกรรมไมซ์ในเกาหลีใต้มาพิจารณาเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย เพื่อระบุปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เกาหลีใต้มีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าไทย โดยแบ่งการอภิปรายเป็น 4 ปัจจัยตามไดมอนด์โมเดล ดังนี้

1. เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต หากเกาหลีใต้คือศูนย์กลางแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทยเองก็คงเปรียบได้กับศูนย์กลางแห่งภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ ที่ทำให้ไทยมีความได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ เช่น ศูนย์กลางทางการเงิน และศูนย์กลางการค้าการลงทุนเช่นกัน (สสพ., 2555) ดังนั้นในด้านภูมิศาสตร์ก็ถือว่าไม่ได้แตกต่างกันสักเท่าใด ส่วนด้านวัฒนธรรม ทั้งเกาหลีและไทยต่างก็มีวัฒนธรรมที่งดงามและเป็นเอกลักษณ์ เป็นสิ่งดึงดูดผู้คนทั่วโลกให้มาท่องเที่ยว ในด้านสถานที่การจัดงาน ทั้งสองประเทศก็มีศูนย์การประชุมและจัดแสดงที่มีมาตรฐานและเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ IMPACT และ BITEC ของไทย หรือ COEX KINTEX และ ICC Jeju ของเกาหลีใต้ อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มาร่วมงานไมซ์ในไทย ยังคงมีความกังวลในด้านความปลอดภัยอยู่ (Pavit Tansakul, 2008; Aswin Sangpikul & Kim, 2009) ส่วนด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของทั้งสองประเทศก็มีความเพียงพอต่อความต้องการ เพราะมีบริษัทจำพวก PCOs และ PEOs ทั้งของท้องถิ่นและต่างชาติดำเนินธุรกิจอยู่เป็นจำนวนมาก

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ จากข้อมูลขององค์กรสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ของทั้งเกาหลีและไทย พบว่า ส่วนแบ่งตลาดและผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น (Convergence Research Policy Center, 2013; ICCA, 2014; สสพ., 2554) จึงไม่มีความแตกต่างของขีดความสามารถการแข่งขันในด้านนี้อย่างเด่นชัด

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ในด้านคมนาคม ส่วนที่เห็นได้ชัดว่าไทยยังคงตามหลังเกาหลีใต้อยู่คือ ด้านการขนส่งสาธารณะ เมืองหลวงอย่างโซลมีระบบรถไฟฟ้าและรถเมล์ที่เชื่อมโยงกัน สามารถเดินทางได้โดยใช้บัตรผ่านใบเดียว ส่วนของไทยยังคงต้องรอการขยายฝั่งรถไฟฟ้าในกรุงเทพ และการเชื่อมโยงระหว่างประเภทยานพาหนะยังคงต้องมีการปรับปรุงต่อไป ในส่วนของโรงแรมที่พักและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ถือว่าเป็นที่น่าพอใจ ทั้งสองประเทศมีโรงแรมที่พักอย่างเพียงพอและหลากหลาย โดยองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีได้ออกแคมเปญเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น แคมเปญ ‘Visit Korea’ ‘Korea Convention Year’ และ ‘Benikea’ ประเทศไทยเองก็มีเครือข่ายภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งอย่างสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (PATA) ประจำประเทศไทย ซึ่งสมาชิกของ PATA ประกอบไปด้วยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น เอเจนซีท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก และธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ อีก

ร้อยละ 10 ที่จะช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยทั้งในด้านการลงทุนและการตลาด อย่างไรก็ตาม Aswin Sangpikul และ Kim (2009) เสนอว่า ด้วยงานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีอย่างจำกัด อาจไม่เพียงพอต่อการวางแผนพัฒนาของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในไทยจึงควรส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มเติมมากขึ้น

4. โครงสร้าง กลยุทธ์และการแข่งขัน เป็นปัจจัยโดดเด่น ที่ส่งผลอย่างมากต่อการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมไมซ์ในเกาหลีใต้ เพราะในช่วงระยะแรกของการพัฒนา เกาหลีใต้ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมและการฝึกอบรมบุคลากร ในขณะเดียวกันก็พัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับอุตสาหกรรม เช่น ศูนย์ประชุมและจัดแสดงสินค้า โรงแรมที่พัก และการคมนาคม จากนั้นจึงทุ่มเทกับการส่งเสริมการตลาดและแคมเปญต่างๆ เพื่อโปรโมตการท่องเที่ยวไมซ์ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ดังที่เกาหลีออกกฎหมายส่งเสริมอุตสาหกรรมการประชุม (Convention Promotion Law) เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมประชุมของเมืองต่างๆ (Chon & Weber, 2002) สำหรับประเทศไทย สิ่งที่ต้องส่งเสริมมากขึ้นเพื่อการพัฒนาปัจจัยโครงสร้าง กลยุทธ์และการแข่งขัน คือ ด้านการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และ ด้านความร่วมมือระหว่างส่วนกลาง ท้องถิ่น และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องนั่นเอง (Aswin Sangpikul & Kim, 2009; ฐริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556)

ดังนั้น ปัจจัยหลักที่ทำให้เกาหลีใต้มีความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์มากกว่าไทย มีอยู่ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความมั่นคงและปลอดภัย (2) ด้านการขนส่งสาธารณะ (3) ด้านการวิจัยและพัฒนา (4) ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และ (5) ด้านความร่วมมือระหว่างส่วนกลาง ท้องถิ่น และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

การเสนอแนวทางในการพัฒนา 5 ปัจจัยหลักที่ยังต้องการการส่งเสริมเพื่อให้อุตสาหกรรมไมซ์ของไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น

ด้านความมั่นคงและปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่จัดงานไมซ์ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยต้องประสบกับวิกฤตทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในปัจจุบัน รัฐบาลภายใต้การนำของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา จะนำความสงบกลับสู่สังคมโดยรวม แต่ความเชื่อมั่นจากนานาชาติประเทศยังคงต้องใช้เวลาและกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการฟื้นฟู อีกทั้งการก่อการร้ายในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้และอาชญากรรมก็ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศเช่นกันในยุคที่การเข้าถึงข่าวสารข้อมูลอยู่ใกล้แค่เอื้อม การแก้ปัญหาที่เหมาะสมคือให้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ TCEB เข้ามามีบทบาทในการจัดการเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ โดยหลังจากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์แล้ว TCEB ควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันท่วงที พร้อมทั้งกระตุ้นให้อุตสาหกรรมฟื้นตัวด้วยการออกแคมเปญและโปรโมชันต่างๆ อาจร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น TICA และ PATA ในการวางกลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มากขึ้น

ด้านการขนส่งสาธารณะ ถึงแม้ว่าการขนส่งสาธารณะของไทยจะมีครบถ้วนทั้งรถไฟ รถไฟฟ้า รถเมล์ และรถแท็กซี่ แต่ผู้ใช้งานจริงกลับไม่ได้รับความสะดวกสบายเท่าที่ควร การเดินทางที่เป็นที่นิยมและสะดวกสบายมากที่สุดอย่างรถไฟฟาก็เช่นกัน เพราะรถไฟฟ้ายอดนิยมในกรุงเทพมหานครมีเพียง 4 เส้นทาง 60 สถานี รวมระยะทางเพียง

86.52 กิโลเมตร อย่างไรก็ตาม มีแผนการสร้างรถไฟฟ้าเพิ่มเติมอีกกว่า 10 เส้นทางทั่วกรุงเทพมหานคร โดยมีหลายเส้นทางที่ปลายทางไปถึงจังหวัดในเขตปริมณฑลอีกด้วย หากการดำเนินการสร้างเป็นตามแผนที่วางไว้ คือ เสร็จสิ้นภายในปีพ.ศ. 2572 ก็จะทำให้การเดินทางสะดวกมากยิ่งขึ้น อีกประเด็นที่น่าสนใจคือ ปัจจุบันผู้ให้บริการรถไฟฟ้ามีถึง 3 แห่ง และใช้บัตรผ่านที่แตกต่างกัน หากผู้ให้บริการสามารถหาข้อตกลงร่วมกัน เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถใช้บัตรผ่านใบเดียวกันได้ ก็จะช่วยให้เกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ด้านการวิจัยและพัฒนา เป็นอีกปัจจัยที่จะช่วยเพิ่มพูนฐานความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยยังอยู่จำกัด เพราะผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ย่อมต้องการข้อมูลเกี่ยวกับภาคส่วนนี้ในการวางแผน รวมถึงปรับปรุงการให้บริการต่อไป ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมโดยรวมอีกด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่าง TCEB เองก็มีการทำการศึกษา จัดเก็บข้อมูล รวมถึงแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไว้มิใช่น้อย ทว่าอาจยังไม่ครอบคลุมเพียงพอสำหรับการนำไปต่อยอดในการวางแผนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้น การวิจัยจึงควรมีเนื้อหาครอบคลุมทั้งส่วนข้อมูลกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในไทย และด้านการตอบรับจากผู้ร่วมงานต่อการจัดงานไมซ์รวมถึงความพอใจด้านอื่นด้วย เช่น ที่พัก การเดินทาง และการท่องเที่ยว

ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การท่องเที่ยวไมซ์ จัดเป็นการท่องเที่ยวแบบเพิ่มมูลค่า (high-value added tourism) ที่ต้องอาศัยทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพในการดำเนินการและพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับประเทศไทย ก็ได้มีการจัดวางแผนพัฒนามูลค่าโดย TCEB ออกมาบ้างแล้ว แต่การนำมาปฏิบัติยังคงอยู่ในระดับหน่วยงาน เช่น การสนับสนุนส่งเสริมการฝึกอบรมให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างบริษัท PCOs องค์กร และ หลักสูตรในมหาวิทยาลัย ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ขยายขอบเขตการปฏิบัติงานให้กว้างขึ้น โดยรัฐบาลเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาแรงงานขั้นดี ปรับนโยบายให้ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) มากขึ้น เพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาทางการศึกษาแขนงต่างๆ จะส่งผลดีต่อภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไปได้อย่างแน่นอน เช่น ภาษาศาสตร์โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ นิเทศศาสตร์ เพื่อการพัฒนาการใช้สื่อสารสนเทศ มัณฑศิลป์ หรือสถาปัตยกรรมศาสตร์ เพื่อการออกแบบสถานที่ และบริหารธุรกิจ เพื่อการวางกลยุทธ์การจัดการตลาด เป็นต้น

ด้านความร่วมมือระหว่างส่วนกลาง ท้องถิ่น และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบัน อุตสาหกรรมไมซ์ได้มีการพัฒนาด้านความร่วมมือระหว่างส่วนกลางและท้องถิ่นมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสถานที่ที่ยอดนิยมนอย่าง กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และ ขอนแก่น นอกจากนี้ โมเดล D-Mice Creative ยังตอบโจทย์ในการส่งเสริมความร่วมมือของทั้งสองส่วนได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ควรปรับแนวทางการพัฒนาโดยให้อำนาจส่วนท้องถิ่นมากขึ้นโดยใช้ขั้นตอนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Phases of Local Economic Development Process) ซึ่งประกอบด้วย 1) การกำหนดขอบเขตพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2) การบูรณาการหน่วยงาน 3) การสร้างและประชาสัมพันธ์ 4) การออกแบบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจ 5) การประสานหรือสร้างโครงการปฏิบัติงาน และ 6) การประเมินผลและติดตามผล (ประภาพรรณ วุ่นสุข, 2553) สำหรับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง นอกจากนโยบาย Four E's (Extend, Elevate, Expand, Enhance) แล้ว TCEB ควรกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของภาคีผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียใน

อุตสาหกรรมไมซ์ อาจกำหนดแนวทางร่วม หรือนโยบายร่วมของแต่ละไตรมาส หรือแต่ละปี เพื่อความสอดคล้องและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน สามารถปรับนโยบายให้ตรงกับสถานการณ์ได้อย่างทันทั่วถึง

เอกสารอ้างอิง

ประภาพรณ วุ่นสุข. 2553. “ลักษณะของการบริหารจัดการที่เหมาะสมของศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน :

กรณีศึกษา ในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์สาขาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารเทคโนโลยี)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. 2556. “การพัฒนาศักยภาพธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติของไทย.” วารสารพัฒนาบริหาร
ศาสตร์. 53, ฉบับที่ 1 ปีที่ 2556.

สสปน. 2554. “อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย.” สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การ
มหาชน). ส่วนงานองค์ความรู้ไมซ์.

สสปน. 2555. “อาเซียนกับการพัฒนาของประเทศไทย.” สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน). ส่วนงานองค์ความรู้ไมซ์.

Aswin Sangpikul & Kim, S. 2009. “An Overview and Identification of Barriers Affecting the Meeting and
Convention Industry in Thailand.” **Journal of Convention & Event Tourism**. 10:3, 185-210, DOI:
10.1080/15470140903131822

Barys, J. 2011. “MICE Supplement: The Future of China’s MICE Industry.” Retrieved July 5, 2014
<http://shanghai.talkmagazines.cn/issue/2011-10/mice-supplement-future-china%E2%80%99s-mice-industry>.

CEI Asia. 2009. Sponsored supplement issue, Korea, p. 3, Retrieved from www.cei.asia/download/cei_102009_korea.pdf.

Chan, C., Cheong, W., Low, C., & Sum, K. 2001. “Tourism in South Korea: A Performance Evaluation Model
for Korea National Tourism Organization.” Nanyang Business School. Nanyang Technological
University.

Chon, K. and Weber, K. 2002. “Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives.”
Routledge. p 176-177.

Crouch, G.I. & Ritchie, J.R.B. 1998. “Convention Site Selection Research: A Review, Conceptual Model, and
Propositional Framework.” **Journal of Convention and Exhibition Management**, vol. 1

Crounch, I.G. and Weber, K. 2002. “Marketing of Convention Tourism, Convention Tourism International
Research and Industry Perspectives.” **New York: The Haworth Press, Inc.**

Ha, T., 2014. HRI Monthly Economic Review April 2014 / Vol. 2014-04. **Hyundai Research Institute**.
Retrieved from [http://hri.co.kr/upload/publication/201442292914\[1\].pdf](http://hri.co.kr/upload/publication/201442292914[1].pdf).

International Congress and Convention Association [ICCA]. 2010. “2009 Country & City Rankings.”

International Congress and Convention Association [ICCA]. 2011. “2010 Country & City Rankings.”

- International Congress and Convention Association [ICCA]. 2012. "2011 Country & City Rankings."
- International Congress and Convention Association [ICCA]. 2013. "2012 Country & City Rankings."
- International Congress and Convention Association [ICCA]. 2014. "2013 Country & City Rankings."
- International Congress and Convention Association [ICCA]. 2013. "A Modern History of International Association Meetings 1963-2012."
- Jin, H. 2006. "Korea Convention Industry." Retrieved from http://www.polyu.edu.hk/htm/conference/ices2006/pdf/p_jin.pdf.
- KTO. 2012. "Meeting Planner's Guide to Korea." **Korea Tourism Organization**. Retrieved from http://k-mice.visitkorea.or.kr/convention/pds/e_book/2014/brochure/Meeting%20Planner's%20Guide%20to%20KOREA.pdf.
- McCabe, V., Poole, B., Weeks, P. and Leiper, N. 2000. "The Business and Management of Conventions."
- Australia:**
- John Wiley and Sons Australia, Ltd.**
- Pavit Tansakul. 2008. "Meeting, Incentive, Convention and Exhibition (MICE) industry in Thailand: an assessment of convention and exhibition centers in Bangkok." Thesis of M.B.A. Hospitality and Tourism Management. Prince of Songkla University.
- Porter, M. E. 1990. "The Competitive Advantage of Nations." **New York: The Free Press**.
- Ro, J. 2002. "Infrastructure Development in Korea." prepared for The PEO Structure Specialists Meeting Infrastructure Development in the Pacific Region September 23-24, 2002, Osaka, Japan.
- The Convergence Research Policy Center [융합연구실 정책정보통계센터]. 2013. "Tourism Industry's New Growth Engine: MICE Industry [관광업계의 신(新)성장동력 : MICE 산업]." Retrieved from http://www.tour.go.kr/FileSystem/UploadTemp/SendNewsLetter/Hot%20Issue%20Brief_20130319.pdf.
- UFI. 2011. "The 2011 World Map of Exhibition Venues." The Global Association of the Exhibition Industry. Retrieved from http://www.ufi.org/Medias/pdf/thetradefairsector/surveys/ufi_world_map_of_exhibition_venues_december_2011.pdf.
- Worldhighways. 2013. "South Korea Government's US\$108.61bn for Transport Infrastructure." Retrieved from <http://www.worldhighways.com/sections/general/news/south-korea-governments-us10861bn-for-transport-infrastructure/>.

การเปรียบเทียบระหว่างนโยบายของ คิมแดจุง และ อีมย็องบักที่มีต่อเกาหลีเหนือ
COMPARISON OF “KIM DAE-JUNG POLICY AND LEE MYUNG-BAK
POLICY” TOWARDS NORTH KOREA

สะไหมพร เทพสมบัณฑิต

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรเกาหลีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : thepsombandith_samaiphone@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายจากสองรัฐบาลของเกาหลีใต้ นั่นคือนโยบายของคิมแดจุงและนโยบายของอี มย็องบักที่มีต่อเกาหลีเหนือ เพื่อหาความเหมือนและความต่างของทั้งสอง และเพื่อหาปัจจัยหลักที่ส่งผลให้นโยบายของทั้งสองรัฐบาลมีความแตกต่างกัน งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอยู่บนพื้นฐานข้อมูลทุติยภูมิ จากแถลงการณ์ บทความความสัมพันธ์ของเกาหลีเหนือกับเกาหลีใต้ หนังสืองานวิจัย วารสาร และ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการรวมเกาหลี ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า (1) ทั้งสองนโยบายมีความเหมือนกันทางด้านเป้าหมาย ที่ต้องการจะพัฒนาความสัมพันธ์และพัฒนาประเทศเกาหลีเหนือ นอกจากนี้ยังช่วยประเทศเกาหลีเหนือสร้างสายสัมพันธ์กับโลกภายนอกโดยการเปิดประเทศ ส่วนความแตกต่างของสองนโยบายก็คือวิธีการเข้าหาของประเทศเกาหลีใต้ต่อประเทศเกาหลีเหนือ ในขณะที่ ประธานาธิบดีคิมแดจุงใช้นโยบายแบบนุ่มนวล ประธานาธิบดีอี มย็องบักกลับใช้นโยบายที่แข็งกร้าว (2) ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลมากที่สุดซึ่งทำให้ทั้งสองนโยบายมีความแตกต่างคือ ลักษณะของผู้นำ โดยขึ้นอยู่กับว่าผู้นำที่กำลังดำรงตำแหน่งอยู่นั้นมีลักษณะอย่างไร อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยภายนอกอย่างอื่นด้วยที่ทำให้ผู้นำตัดสินใจกำหนดนโยบายนั้น เช่น สถานการณ์ที่เป็นอยู่ในขณะนั้น ดังนั้น เราจึงสามารถสรุปได้ว่า ความแตกต่างทางลักษณะของผู้นำ ทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านการกำหนดนโยบายต่อเกาหลีเหนือนั่นเอง

คำสำคัญ: การรวมเกาหลี ระบอบการปกครองของคิมแดจุง ระบอบการปกครองของอี มย็องบัก เกาหลีเหนือ

ABSTRACT

The research purposes were aimed to study relationship between two policies from two administrations, Kim Dae-jung policy and Lee Myung-bak policy towards North Korea, to see their similarities and differences as well as to see in which factors that major influence two policies to be different. The research was a qualitative research which was mainly based on secondary data from leader speeches, inter-Korean issues, books, researches, journals, internet resources, and information that are related to Korean reunification policy. The results showed that (1) two policies were similar in purpose to develop relation and North Korea.

Moreover, both policies helped North Korea building up relations with outsider by opening its country. The differences were the way of South Korea approaching to the North; while President Kim Dae-jung applied softline policy, President Lee Myung-bak applied hardline policy; (2) the major factor that was mainly influenced to the two different policies was leader characteristics which were depended on in which characters of the leader that was resided in that time. However, there were also external factors that pushed leader to decide in that way such as the current situation at that time.

Keywords: Korean reunification, Kim Dae-jung administration, Lee Myung-bak administration, North Korea

ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย

ตามประวัติศาสตร์ เกาหลีเคยรวมตัวกันเป็นเพียงประเทศเดียว แต่หลังจากสงครามโลกครั้งที่สองในวันที่ 8 กันยายน 1945 เกาหลีถูกแบ่งออกเป็นประเทศในอารักขา โดยได้มีการแบ่งออกเป็นสองฝั่ง คือ ประเทศเกาหลีเหนือและประเทศเกาหลีใต้ที่เส้นขนานสามสิบแปด ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า จะต้องคงสถานะเช่นนั้นจนกว่าจะสามารถฟื้นฟูเอกราชและสร้างรัฐบาลของตนขึ้นมาใหม่ได้.

การแบ่งสัดส่วนในครั้งนี้ ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อให้เกาหลีแยกตัวออกจากกันเป็นสองฝั่งอย่างที่เป็นอย่างในปัจจุบัน แต่สงครามเย็นทวีความรุนแรงขึ้น จนถึงขั้นทำให้ทั้งสองฝั่งประเทศแต่งตั้งรัฐบาลของตนเองขึ้นมา โดยในปี ค.ศ. 1948 ฝั่งเกาหลีใต้ตั้งเป็นสาธารณรัฐเกาหลี ในขณะที่ฝั่งเกาหลีเหนือตั้งเป็นสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี เหตุการณ์ในครั้งนี้ไม่ได้ทำให้แค่ประเทศเกาหลีเท่านั้นที่ต้องแบ่งออกเป็นสองฝั่ง ประเทศเยอรมันก็ถูกแบ่งออกเป็นสองประเทศเช่นเดียวกันคือ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน หรือเยอรมันตะวันตก และ สาธารณรัฐประชาธิปไตยเยอรมัน หรือเยอรมันตะวันออก โดยมีกำแพงเบอร์ลินเป็นศูนย์กลางของการแบ่งเขตแดน แต่ว่าการสิ้นสุดของสงครามเย็นได้ส่งผลที่แตกต่างกันในประเทศเกาหลีและประเทศเยอรมัน สำหรับเยอรมัน ผลสิ้นสุดของสงครามเย็นทำให้ทั้งสองฝั่งรัฐบาลสามารถกลับคืนมาเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ แต่ในขณะที่เกาหลีกลับแตกต่างออกไป นั่นคือ สองประเทศยังไม่สามารถกลับมารวมตัวกันเหมือนเดิมได้ และยังคงแบ่งออกเป็นสองประเทศเหมือนเดิม.

หลังจากการแบ่งประเทศ ได้เกิดสงครามเกาหลีขึ้นมาในปี ค.ศ. 1950 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความหวังของคนเกาหลีส่วนมากต่อการที่จะกลับมารวมตัวกันเหมือนเดิมอย่างสันตินั้นได้สิ้นสุดลงแล้ว ต่อมาในวันที่ 27 กรกฎาคม ค.ศ. 1953 ทั้งสองเกาหลีจึงทำสัญญาสงบศึกเพื่อยุติสงคราม แต่สัญญาสงบศึกนี้ไม่สามารถทำให้สงครามเกาหลียุติได้อย่างแท้จริง เพราะยังไม่มีการทำสนธิสัญญาสันติภาพขึ้นมา สัญญาสงบศึกนี้เป็นเสมือนสัญญาสงบศึกชั่วคราวเท่านั้น นั่นก็หมายความว่า สงครามระหว่างสองประเทศเกาหลียังคงมีอยู่ (Park, 2012) นอกจากนี้ เมื่อไม่มีการปฏิบัติอย่างจริงจังต่อการรวมชาติ จึงส่งผลกระทบต่อระยะเวลาของการแบ่งประเทศ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองเกาหลีอีกด้วย เป็นเวลาหลายทศวรรษแล้วที่ประเทศเกาหลีถูกแบ่งแยกและดูเหมือนว่า เป็นไปได้ค่อนข้างยากที่จะทำให้ทั้งสองประเทศนั้นกลับมารวมตัวกันเป็นประเทศเดียวกันอีกครั้ง.

หลายทศวรรษแล้วที่เกาหลีได้ประสบปัญหาด้านความร่วมมือกับเกาหลีเหนือ เนื่องจากการผลักดันอำนาจแต่ละครั้ง พวกเขาใช้นโยบายที่ไม่เหมือนกันต่อเกาหลีเหนือ อย่างไรก็ตาม ความรู้สึกที่อยากจะ

วาดภาพอนาคตร่วมกันและกลับมาเป็นอย่างเดิมนั้นยังคงมีอยู่ ดังนั้น เกาหลีใต้จึงได้จัดตั้งกระทรวงการรวมชาติ (Ministry of Unification) ขึ้นในปี ค.ศ. 1998 หลังจากที คิม แดจุง (Kim Dae-jung) ถูกรับเลือกให้เป็นประธานาธิบดีของเกาหลีใต้ในปี ค.ศ. 1997 (Hong, 2008) ภายใต้การบริหารของประธานาธิบดี คิมแดจุง นับเป็นครั้งแรกของเกาหลีที่ใช้นโยบายอยู่ร่วมกันอย่างสันติหลังจากที่มีความขัดแย้งและการปะทะกันมายาวนาน นโยบายนี้เรียกว่านโยบายส่วนรวม (Engagement policy) หรือที่เรียกกันว่านโยบายอาทิตย์ส่องแสง (Sunshine policy) นโยบายของคิมแดจุงจะมุ่งเน้นการปรองดองกันมากกว่าที่จะมีการมุ่งครอบครองอีกฝ่ายหนึ่ง นอกจากนี้ คิมแดจุงยังเป็นประธานาธิบดีคนแรกที่ได้ไปเยือนพียงยาง (Pyongyang) เมืองหลวงของประเทศเกาหลีเหนือในปี ค.ศ. 2000 เพื่อพบกับ คิมจองอิล ซึ่งดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีของเกาหลีเหนือในขณะนั้น ในปีเดียวกันนั้นเอง ประธานาธิบดีคิมแดจุงยังได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพจากนโยบายนี้อีกด้วย.

ทว่าหลังจากที อี มย็องบัก (Lee Myung-bak) ชนะการเลือกตั้งและได้ดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีของเกาหลีใต้ในปี ค.ศ. 2007 แนวความคิดของประธานาธิบดี อีมย็องบักได้เปลี่ยนแนวทางความร่วมมือที่มีต่อเกาหลีเหนือไปอย่างสิ้นเชิง นโยบายของอี มย็องบักจะเป็นการเผชิญหน้ากันโดยเน้นไปที่นโยบายที่มีท่าทีแข็งกร้าวเหมือนสมัยเริ่มแรก มากกว่าที่จะใช้นโยบายปรองดองแบบประธานาธิบดีคิมแดจุง ประธานาธิบดี อีมย็องบัก ได้ประกาศใช้นโยบายที่ช่วยให้ GDP per capita ของเกาหลีเหนือเพิ่มเป็น 3,000 USD ภายใน 10 ปี (Vision 3000: Denuclearization and Openness) โดยให้ความช่วยเหลือแลกเปลี่ยนกับการที่เกาหลีเหนือต้องยุติโครงการอาวุธนิวเคลียร์และเปิดประเทศสู่โลกภายนอก ประธานาธิบดี อีมย็องบัก ได้กำหนดเงื่อนไขที่ว่า การร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเกาหลีเหนือยุติโครงการอาวุธนิวเคลียร์ และสร้างสายสัมพันธ์กับนานาประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น เป็นต้น การบริหารของประธานาธิบดี อีมย็องบักจะเป็นไปในแนวทางการขึ้นหุ้บนั่นแล้ว (a give and take strategy) หรือการแลกเปลี่ยนกันเสียมากกว่า นอกจากนี้ ประธานาธิบดี อีมย็องบักยังได้มีการเสนอนโยบายการเก็บภาษีเพื่อการรวมชาติอีกด้วย โดยประธานาธิบดีได้บอกย้ำว่าการเก็บภาษีนี้จะสามารถทำให้การรวมชาตินั้นใกล้กับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น (Joon, 2010).

เราจะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันมากในด้านแนวทางการบริหารและนโยบายในการปฏิบัติต่อเกาหลีเหนือจากทั้งสองรัฐบาล นั่นคือ ในขณะที่ประธานาธิบดีคิมแดจุงพยายามที่จะใช้การเข้าหาเกาหลีเหนือแบบนุ่มนวลและปรองดอง แต่ประธานาธิบดี อีมย็องบักกลับพยายามที่จะใช้วิธีการเชิงบังคับและมีความแข็งกร้าวมากกว่า ซึ่งความแตกต่างนี้อาจเกิดจากการที่ประธานาธิบดีทั้งสองนั้นมาจากพรรคการเมืองที่ต่างกัน โดยประธานาธิบดีคิมแดจุง มาจากพรรคก้าวหน้า ในขณะที่ประธานาธิบดี อีมย็องบักมาจากพรรคอนุรักษ์นิยม และมีงานวิจัยส่วนมากที่ศึกษาเฉพาะนโยบายของประธานาธิบดีคิมแดจุง หรือประธานาธิบดี อีมย็องบักเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีการเปรียบเทียบใดๆ แต่ก็ยังมีงานวิจัยแค่จำนวนหนึ่งที่ศึกษาความแตกต่างของสองรูปแบบการบริหารดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการค้นคว้าวิจัยใดทำการศึกษาความแตกต่างของนโยบายจากทั้งสองรัฐบาลที่มีต่อเกาหลีเหนือมาก่อน ดังนั้น หัวข้อนี้จึงถือว่ามีความน่าสนใจและมีประโยชน์ที่จะศึกษาว่า นโยบายที่แตกต่างกันนั้นเป็นผลมาจากผู้นำที่แตกต่างกันใช่หรือไม่ แล้วมีปัจจัยอื่นร่วมด้วยหรือไม่.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

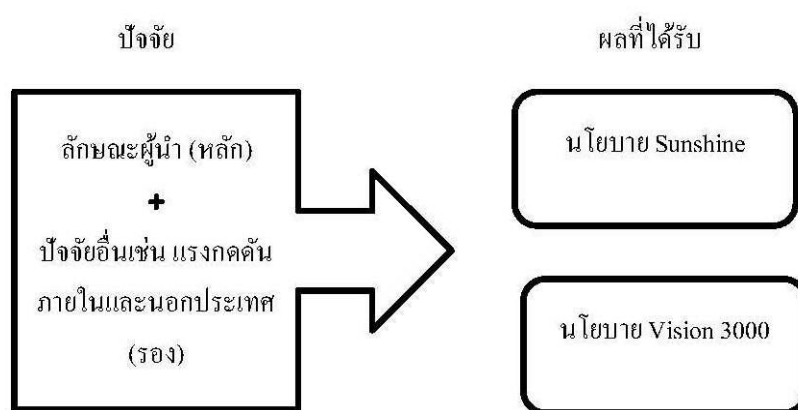
การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อที่จะเปรียบเทียบและศึกษาความแตกต่างระหว่างนโยบายที่มีต่อประเทศเกาหลีเหนือของสองรูปแบบการบริหารในประเทศเกาหลีใต้ วัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังนี้

1. เพื่อศึกษาหาความเหมือนและความต่างระหว่างนโยบายของประธานาธิบดีคิมแดจุง และประธานาธิบดีอึ มย็องบัก ที่มีต่อประเทศเกาหลีเหนือ.
2. เพื่อศึกษาหาปัจจัยหลัก และปัจจัยรองที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายของประธานาธิบดีคิมแดจุง และประธานาธิบดีอึ มย็องบักที่มีต่อประเทศเกาหลีเหนือ

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยนี้ออกแบบโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy Analysis Theory) โดยใช้ทฤษฎีดังกล่าวเป็นตัวบ่งชี้ว่าปัจจัยใดที่ส่งผลให้เกิดการกำหนดนโยบายไปในแนวทางนั้น (Valerie, 2007) ทฤษฎีการวิเคราะห์นโยบายต่างประเทศนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างประเทศ และตั้งข้อสมมติฐานว่า ในการตัดสินใจการกำหนดนโยบายต่างประเทศ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ (individual decision makers) อาจตัดสินใจโดยลำพังหรืออาจตัดสินใจร่วมกับคนอื่นๆ ในกลุ่ม อีกข้อสมมติฐานหนึ่งคือ นโยบายต่างประเทศ อาจจะถูกกำหนดขึ้นโดยตัวแปรที่มีความซับซ้อนหรือมีปัจจัยที่หลากหลาย (Marijake, 2007) ดังนั้น ทฤษฎีการวิเคราะห์นโยบายต่างประเทศ จึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านนโยบายต่างประเทศและผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจด้านนโยบายต่างประเทศ

กรอบแนวความคิดบนพื้นฐานของทฤษฎีการวิเคราะห์นโยบายต่างประเทศมีดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยด้วยการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมมาจากแหล่งต่างๆ โดยมาจากแถลงการณ์ บทความสัมพันธ์ของเกาหลีเหนือกับเกาหลีใต้ หนังสือ งานวิจัย วารสาร และ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการรวมเกาหลีที่สามารถเชื่อถือได้

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาจากเอกสารทางราชการของกระทรวงการรวมชาติของเกาหลีใต้ และบทความของนักวิจัยที่น่าเชื่อถือซึ่งเชี่ยวชาญเรื่องระหว่างสองประเทศเกาหลี นอกจากนี้ งานวิจัยดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานการวิเคราะห์เหตุการณ์แบบอิงทฤษฎี ซึ่งงานวิจัยนี้อ้างอิงจากทฤษฎีการวิเคราะห์นโยบายต่างประเทศของ Valerie (2005, 2007) เป็นหลัก โดยนำมาเป็นกรอบความคิดในการวิจัยในการอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. ความเหมือนและความต่างระหว่างนโยบายที่มีต่อประเทศเกาหลีเหนือของประธานาธิบดีคิมแดจุง และประธานาธิบดี มย็องบัก

จากผลการวิจัยพบว่านโยบาย Sunshine ของประธานาธิบดีคิมแดจุง และนโยบาย Vision 3000 ของประธานาธิบดี มย็องบักที่มีต่อประเทศเกาหลีเหนือ นั้น มีจุดมุ่งหมายเหมือนกันในการที่จะพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเกาหลีเหนือ และเกาหลีใต้ให้ดีขึ้น ถึงแม้ว่าท่าทีของการเชื่อมสายสัมพันธ์นั้น ไม่เหมือนกันก็ตาม นโยบายของประธานาธิบดีคิมแดจุง ก่อนไปในทางจับเข้าคู่กันอย่างสงบโดยมีการพบปะเพื่อเจรจาพูดคุยและหาข้อตกลงกันในรูปแบบที่ทางเกาหลีใต้ให้ความช่วยเหลือเกาหลีเหนืออย่างไม่มีการบังคับหรืออยู่ภายใต้เงื่อนไขใดๆ แต่จะเข้าไปในรูปแบบของการให้คำแนะนำและพยายามโน้มน้าวให้อีกฝ่ายเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการพัฒนาประเทศด้วยการเปิดประเทศเพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศอื่นๆ อย่างเช่น สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น เป็นต้น โดยมีเกาหลีใต้เป็นผู้ช่วยเหลือในการเจรจา เพราะประธานาธิบดีคิมแดจุงเล็งเห็นว่า การที่จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศดีขึ้นโดยการกระทำที่รุนแรงหรือบีบบังคับไม่ใช่ทางออกที่ดีเสมอไป แต่เป็นการเจรจาหรือการทำความเข้าใจกันมากกว่าที่จะสามารถทำให้ทั้งสองฝ่ายพึงพอใจ

สำหรับนโยบายของประธานาธิบดี มย็องบักถึงแม้ว่าจะมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การช่วยเหลือเกาหลีเหนือและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกัน แต่ทุกอย่างต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของเกาหลีใต้ที่ว่า ทุกการช่วยเหลือและการร่วมมือในด้านต่างๆระหว่างสองประเทศจะสามารถกระทำได้นั้นต่อเมื่อเกาหลีเหนือประกาศยุติโครงการอาวุธนิวเคลียร์หรือลดล้างทุกการกระทำที่เกี่ยวข้องกับโครงการอาวุธนิวเคลียร์ และต้องเปิดประเทศสู่โลกภายนอกเพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับนานาประเทศ เนื่องด้วยประธานาธิบดี มย็องบักมีความเห็นตรงกันข้ามกับประธานาธิบดีคิมแดจุงในทางที่ว่า สิ่งที่เป็นอุปสรรคขัดขวางความก้าวหน้าและความร่วมมือของเกาหลีเหนือกับประเทศต่างๆก็คือ โครงการอาวุธนิวเคลียร์ ประธานาธิบดี มย็องบักเชื่อว่า ทุกอย่างจะดีขึ้นและทุกคนพร้อมที่จะให้การช่วยเหลือเกาหลีเหนืออย่างแน่นอนถ้าโครงการอาวุธนิวเคลียร์ถูกขจัดออกไปเสียก่อน

2. นอกจากนี้ ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายที่มีต่อประเทศเกาหลีเหนือ ไม่ว่าจะเป็นของประธานาธิบดีคิมแดจุงหรือประธานาธิบดีมย็องบักนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยของสองประธานาธิบดีนั่นเอง ลักษณะอุปนิสัย ความคิด และความเชื่อของพวกเขามีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการกำหนดนโยบายต่างประเทศ โดยเฉพาะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับประเทศเกาหลีเหนือ ตามลักษณะของประธานาธิบดี

คมแดงแล้ว ประธานาธิบดีคิมแดงมีทัศนคติไปในทางที่ไม่นิยมความรุนแรง และเชื่อมั่นว่าการเจรจาหรือพูดคุยกันคือการแก้ไขปัญหาคือดีที่สุดโดยเฉพาะปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างสองประเทศเกาหลีเองที่ถือได้ว่าเป็นประเทศที่น้องกัน ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติของพรรคก้าวหน้าที่ตัวประธานาธิบดีคิมแดงสังกัดอยู่ ซึ่งลักษณะนิสัยของประธานาธิบดี มยองบัก กลับเป็นไปในทางตรงกันข้าม ประธานาธิบดี มยองบักมีทัศนคติที่เชื่อมั่นว่าฝ่ายเกาหลีใต้มีความได้เปรียบและคำนึงถึงผลประโยชน์เป็นสำคัญมากกว่าจะคำนึงถึงอย่างอื่น

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยอย่างอื่น เช่น สภาพแวดล้อมของภายในและภายนอกประเทศเกาหลีใต้ในเวลานั้น ก็เอื้ออำนวยให้ตัวผู้นำตัดสินใจไปในแนวทางนั้นเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงที่ประธานาธิบดีคิมแดงดำรงตำแหน่งประธานาธิบดี สภาพภายในและภายนอกเกาหลีใต้ทำให้ตัวผู้นำเองต้องประสบปัญหาวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ซึ่งก็คือวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งที่เรารู้จักกันดี ทำให้ประธานาธิบดีคิมแดงต้องคำนึงถึงการมุ่งเน้นพัฒนาประเทศโดยปราศจากอุปสรรคที่อาจจะกระทบหรือขัดขวางการดำเนินการ ฉะนั้นการที่จะกระทำการโดยไม่ต้องวิตกกังวลกับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างเกาหลีเหนือ นั้นก็คือการยุติปัญหาโดยการร่วมมือกันหรือหันมาอาศัยการเจรจากันอย่างสันติกับเกาหลีเหนือ ซึ่งก็สอดคล้องกับทัศนคติของประธานาธิบดีคิมแดงเองที่ไม่ต้องการกระทำการรุนแรงหรือใช้หลักการบีบบังคับใดๆต่อเกาหลีเหนือ แต่สำหรับช่วงที่ประธานาธิบดี มยองบักดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีนั้น สภาพแวดล้อมของภายในและภายนอกของเกาหลีใต้กำลังอยู่ในช่วงที่ไม่ต้องวิตกกังวลกับวิกฤตการณ์ใดๆที่อาจเป็นปัญหาต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้น ประธานาธิบดี มยองบักจึงเล็งเห็นว่าเกาหลีใต้กำลังอยู่ในสถานะได้เปรียบที่จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกาหลีเหนือปฏิบัติตามได้หากอยากจะทำพัฒนาประเทศของตัวเอง

อภิปรายผล

จากผลสรุปของงานวิจัยทางด้านความเหมือนระหว่างนโยบายที่มีต่อประเทศเกาหลีเหนือของประธานาธิบดีคิมแดง และประธานาธิบดี มยองบักที่ว่า สิ่งที่มีเหมือนกันคือเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ต้องการจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศดีขึ้น และต้องการให้ประเทศเกาหลีเหนือมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นกว่าเดิม ยังมีอีกปัจจัยเพิ่มเติมที่เป็นเป้าหมายร่วมของทั้งสองนโยบาย นั่นคือ มุ่งหวังให้เกาหลีเหนือเปิดประเทศเพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศอื่นๆ ในสมาคมโลก

ส่วนด้านความต่างระหว่างสองนโยบายของทั้งสองรัฐบาลที่มีการแสดงออกในรูปแบบที่ต่างกัน โดยฝ่ายประธานาธิบดีคิมแดงพยายามที่จะใช้วิธีการในการเข้าหาประเทศเกาหลีเหนือแบบนุ่มนวลและปรองดอง ขณะที่ฝ่ายประธานาธิบดี มยองบักกลับพยายามที่จะใช้วิธีการเชิงบังคับและมีความแข็งกร้าวมากกว่านั้น มีความสอดคล้องกับเอกสารทางราชการของกระทรวงการรวมชาติเกาหลีใต้ ระบุไว้ถึงจุดประสงค์อย่างชัดเจน (Lim, 2001; Yu, 2013)

สำหรับปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายที่มีต่อประเทศเกาหลีเหนือของประธานาธิบดีคิมแดงและประธานาธิบดี มยองบัก ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยที่อยู่บนพื้นฐานของลักษณะผู้นำเป็นหลักหรือปัจจัยรองที่เอื้อให้ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมของภายในและภายนอกประเทศที่ส่งผลผลักดันให้ตัวผู้นำตัดสินใจไปในแนวทางนั้น ก็สอดคล้องกับกรอบแนวความคิดหรือทฤษฎีการวิเคราะห์นโยบายต่างประเทศของ Valerie ซึ่งกล่าวไว้ว่า ลักษณะอุปนิสัยและความคิดของผู้นำถือได้ว่ามีอิทธิพลมากต่อการกำหนดนโยบายต่างประเทศ แม้ว่า

สภาพแวดล้อมโดยรอบก็สามารถส่งผลต่อการกำหนดนโยบายไม่มากนักน้อย แต่ท้ายที่สุดปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก็ยังเป็นผู้ว่า (Valerie 2005, 2007)

ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันการรวมชาติระหว่างสองประเทศเกาหลีเป็นเรื่องที่ถือว่าเป็นไปได้ยาก การทำให้ทั้งสองฝ่ายหันมาร่วมมือกันน่าจะเป็นไปได้มากกว่า และเกาหลีใต้เป็นฝ่ายที่มีศักยภาพมากกว่าเกาหลีเหนือ แต่วิธีที่เหมาะสมเพื่อทำให้การรวมชาติของสองประเทศนั้นมีความเป็นไปได้ที่สุดคือ ควรใช้รูปแบบที่นุ่มนวล อาจต้องมีการทำให้อีกฝ่ายเห็นความสำคัญของการกระทำความร่วมมือมากกว่าที่จะดำเนินการแบบบังคับให้อีกฝ่ายต้องทำตามตาม วิธีดังกล่าวน่าจะสามารถทำให้การรวมชาติของสองประเทศเกาหลีมีความสงบสุขและเป็นโอกาสที่ดีที่จะบรรลุเป้าหมายสูงสุดของการรวมชาติได้ หรืออย่างน้อยก็สามารถทำให้ความสัมพันธ์ของสองประเทศเป็นไปได้ดีขึ้นกว่าเดิม

เอกสารอ้างอิง

- B.C. Koh. 2002. "Part I: Political Reforms and Foreign Policy, chapter 5: Beyond the Peninsula: South Korea's Foreign Policy under kim Dae-jung". Korea in Transition Three Years under the Kim Dae-jung Government, edited by Chung-in Moon, David I. Steinberg; Asian Studies Program, Georgetown University Yonsei University Press.
- Chung-in Moon and Jae-jin Yang. 2002. "Part III: Productive Welfare Initiatives and Reforms of Social Policy, chapter 10: the Kim Dae-jung Government and the Productive Welfare Initiatives: Ideals and Reality". Korea in Transition Three Years under the Kim Dae-jung Government, edited by Chung-in Moon, David I. Steinberg; Asian Studies Program, Georgetown University Yonsei University Press.
- David I. Steinberg. 2002. "Part I: Political Reforms and Foreign Policy, chapter 2: Political Reforms and Democratic Consolidation in South Korea?". Korea in Transition Three Years under the Kim Dae-jung Government, edited by Chung-in Moon, David I. Steinberg; Asian Studies Program, Georgetown University Yonsei University Press.
- Hamid-ur-Rehman. 2010. Centre for Non-Traditional Security Studies, NTS-Asia Research Paper No. 3, 2010: The Korean Peninsula: Peaceful Engagement For Humanitarian Concerns. Retrieved on 2 August 2013, from www.rsis.edu.sg/nts/HTML.../NTS-Asia_RP_Hamid-ur-Rehman.pdf
- Hong Nack Kim. 2008. The Lee Myung-bak Government's North Korea Policy and the Prospects for Inter-Korean Relations. International Journal of Korean Studies; vol. XII, no. 1. Fall/Winter 2008.
- Joon Seok Hong. 2010. Economic Costs of Korean Reunification, Stanford Program on International and Cross-Cultural Education: Freeman Spogli Institute For International Studies. Retrieved on 27 April 2014, from http://spice.fsi.stanford.edu/docs/the_economic__costs_of_korean_reunification

- Jung-Ho Bae. 2009. Chapter 2: Myung-bak Lee Administration's North Korea Policy and the Inter-Korean Relations. Retrieved September 2013, from www.mercury.ethz.ch/serviceengine/Files/ISN/114040/.../Chapter+2.pdf
- Lim Dong-won. 2001. Peace and Cooperation: White Paper on Korean Unification; Ministry of Unification. Retrieved from: <http://eng.unikorea.go.kr/content.do?cmsid=1819>
- Linda Jakobson. 1999. UPI Working Papers21: The Korean Peninsula: Is Kim Dae-jung's Pursuit of a Korean Confederation Realistic?. Retrieved on 1 August 2013, from www.mercury.ethz.ch/serviceengine/Files/ISN/19021/...8262.../wp21.pdf
- Marijke Breuning. 2007. Foreign Policy Analysis: A Comparative Introduction. PALGRAVE MACMILLAN, the United States.
- Park Tae Gyun. 2012. An Ally and Empire: Two Myths of South Korea-United States Relations, 1945-1980. Translaor Ilsoo David Cho. The Academy of Korean Studies Press.
- Scott Snyder. 2009. Korea Institute for Defense Analyses, 2009. Vol. 21 Issue 1, page 1-30. "Lee Myung-bak's Foreign Policy": A 250-Day Assessment. Retrieved 16 September 2013, from www.asiafoundation.org/resources/pdfs/SnyderLMBForeignPolicyKJDA.pdf
- Selig S. Harrison. 2002. "Part I: Political Reforms and Foreign Policy, chapter 4: the Kim Dae-jung Government, the Sunshine Policy, and the North-South Summit". Korea in Transition Three Years under the Kim Dae-jung Government, edited by Chung-in Moon, David I. Steinberg; Asian Studies Program, Georgetown University Yonsei University Press.
- Sue Jae Jean. 2009. The Lee Myung-bak Government's North Korea Policy: A Study on its Historical and Theoretical Foundation. Retrieved 16 September 2013, from www.kinu.or.kr/upload/neoboard/DATA05/suh.pdf
- Valerie M. Hudson. 2005. Foreign Policy Analysis: Actor-Specific Theory and the Ground of International Relations. International Studies Association, Blackwell Publishing.
- Valerie M. Hudson. 2007. Foreign Policy Analysis: Classic and Contemporary Theory. ROWMAN & LITTLEFIELD PUBLISHERS, INC. United States of America.
- Young-Geun Kim. 2011. The Workshop on "Democracy and Diplomacy in East Asia" at The University of Tokyo on September 16, 2011: Reciprocity of Korean Security Policy vis-à-vis North Korea and the U.S.: The Process of Divergence and Convergence. Retrieved on 20 September 2013, from www.iss.u-tokyo.ac.jp/democracy/doc/KimYoungGeun_Paper.pdf
- Yu Woo-Ik. 2013. White Paper on Korean Unification 2013. Ministry of Unification. Retrieved from: <http://eng.unikorea.go.kr/content.do?cmsid=1819>

**ความคิดเห็นของสามเณรต่อการจัดการศึกษาแนวตะวันตกเพื่อส่งเสริม
การจัดการศึกษาตามหลักสูตรพระปริยัติธรรมแผนกบาลี**
**THE OPINION OF NOVICES' TOWARDS WESTERN EDUCATION TO
SUPPORT THE STUDY OF PARIYATTIDHRAMA IN PALI DIVISION**

พระมหาพรพล ม่วงสา

**นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีปทุม**

E-mail : Phramaha_11@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของสามเณรที่มีต่อการจัดการศึกษาแนวตะวันตก เพื่อส่งเสริมการจัดการศึกษาตามหลักสูตรพระปริยัติธรรมแผนกบาลี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณผสมกับการวิจัยเอกสาร ด้วยวิธีการสังเคราะห์เนื้อหาจากข้อคำถามแบบปลายเปิด รายงานวิจัย ผลงานทางวิชาการ คัมภีร์ทางศาสนา กลุ่มที่ศึกษา คือสามเณร จำนวน 100 รูป ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อการจัดการศึกษาของสามเณร ตามการจัดการศึกษาแนวตะวันตกเพื่อส่งเสริมการจัดการศึกษาตามหลักสูตรพระปริยัติธรรมแผนกบาลีนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงความเห็นว่ามี ความยากในส่วนที่เป็นเนื้อหา เพราะต้องท่องจำแบบเรียนมาก และมีความง่ายในส่วนที่ผู้เรียนจะพยายามทำความเข้าใจในเนื้อหา ไม่อาศัยความจำเพียงอย่างเดียว เหตุผลหลักที่สามเณรต้องศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีก็เพื่อสืบต่ออายุพุทธศาสนาเพื่อเป็นพื้นฐานการเรียนในระดับที่สูงขึ้น การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ ควรเรียนควบคู่กับวิชาการที่จัดการศึกษาแนวตะวันตกเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน และเห็นด้วย หากจะมีประยุกต์การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีเข้าการศึกษาแนวตะวันตก เพื่อได้เรียนรู้ทางโลกกับทางธรรมควบคู่กันไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแผ่พุทธศาสนา เมื่อนำมาประยุกต์เข้ากันให้เหมาะกับวัยของผู้เรียนแล้ว ผลสัมฤทธิ์ด้านการเรียนภาษาบาลีย่อมอยู่ในเกณฑ์ดี เป็นการสร้างศาสนทายาทในการที่จะทำนุบำรุงพุทธศาสนาสืบต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการศึกษาแนวตะวันตก การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลี พระพุทธศาสนา

ABSTRACT

The objective of this research was to study the Buddhist novices' opinion towards the west education in order to support the study of pariyattidhrama in Pali division. The mixed-methods research, was applied. As for the documentary analysis, the content analysis of open-ended questions, research reports, academic articles, and Tripitaka was used. This study group was 100 Buddhist novices. The results found that the Buddhist novice's

opinion to the west education for supporting the study of pariyattidhrama in Pali division is difficult for the content because Buddhist novices used memorization. The key reason for studying of pariyattidhrama in Pali division, which inherit Buddhism into the higher level. The study of pariyattidhrama in Pali division was learning together a western education in the present. The study of integration between pariyattidhrama in Pali division and west education for world together religion propagate for Buddhism. It is not enough to study only pariyattidhrama in Pali division but also west education. The study should be the integration between pariyattidhrama in Pali division and west education for world together religion propagate for Buddhism. This will be beneficial to the propagation of Buddhism and also apply together for suitable of the children's age. The Achievement of learning Pali is in a good level for Buddhism and to create religious heirs of the Buddhist assets as well.

KEYWORDS: West Education, Pariyattidhrama in Pali Division, Buddhism

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ชาติไทยมีพระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติได้อยู่ร่วมเย็นเป็นสุขก็เพราะอาณาจักรพระพุทธศาสนา ถ้าจะเปรียบแล้วชาตินี้กับศาสนาก็เปรียบเสมือนเพื่อนร่วมเป็นร่วมตาย ร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมาจนลิ้มกันไม่ลง จึงมีคำพูดอยู่เสมอว่า ผู้ใดทำลายชาติ ผู้นั้นชื่อว่าทำลายศาสนาด้วย ผู้ใดทำลายศาสนา ผู้นั้นก็ชื่อว่าทำลายชาติด้วย ด้วยเหตุนี้ ชาวไทยเราจึงพยายามทุกวิถีทางที่จะธำรงรักษาไว้ ซึ่งพระพุทธศาสนาให้เป็นมิ่งขวัญแห่งประเทศชาติสืบไป แต่ถ้าจะย้อนมาดูอีกมุมหนึ่ง เราจะเห็นได้ว่าอันตัวจักรที่สำคัญในอันที่จะสืบอายุพระพุทธศาสนาก็คือพระสงฆ์ เนื่องด้วยสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ก่อนที่จะปรินิพพานได้ทรงมอบชะตากรรมของศาสนาไว้กับพุทธบริษัทสี่ คือ ภิกษุ ภิกษุณี อุบาสก อุบาสิกา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งภิกษุสงฆ์ นับเป็นอันดับแรกที่กุมชะตาหรือความรับผิดชอบในเรื่องความเป็นความตายของพระศาสนา ศาสนาจะเสื่อมหรือจะเจริญขึ้นอยู่กัยพระสงฆ์เป็นสำคัญ หน้าทีของพระสงฆ์โดยหลักใหญ่มีอยู่ 3 ประการคือ (1) การศึกษาปริยัติ (2) การปฏิบัติตามที่ได้ศึกษา และ (3) การเทศนาสั่งสอนประชาชน

พระสงฆ์ต้องทำหน้าที่นี้ไปตามลำดับ เพื่อสืบต่ออายุพระศาสนา การศึกษาพระปริยัติธรรมนั้น ก็คือการศึกษาระบบวินัยอันเป็นคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าที่เรียกว่าไตรปิฎกนั่นเอง พระอานันทมุนีมาแต่สมัยที่พระพุทธเจ้ายังทรงพระชนม์อยู่ การศึกษาปริยัติจึงเท่ากับเป็นก้าวแรกแห่งการสืบอายุพระศาสนา (เสฐียรพงษ์ วรรณปก, 2555: 148-149)

กุลบุตรที่เข้ามาบวชในพระพุทธศาสนา มีกิจวัตรสำคัญที่จะต้องทำอยู่ 2 อย่างคือ คันถธุระ และ วิปัสสนาธุระ การศึกษาเล่าเรียนคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าที่เรียกว่า นวักคตฤทธาสน์จนสามารถจำได้คล่องปากขึ้นใจเรียกว่า “คันถธุระ” ส่วนการเล่าเรียนวิธีปฏิบัติสมาธิและฝึกอบรมจิตใจของตน จนเกิดความรู้แจ้งเห็นจริงในสภาวะธรรมทั้งปวง และมีจิตหลุดพ้นจากกิเลสเครื่องเศร้าหมองทั้งหลาย เรียกว่า “วิปัสสนาธุระ” การศึกษาเล่าเรียนทั้ง 2 ประการนี้ถือว่ามีความสำคัญเท่ากันเพราะเป็นความรู้พื้นฐานที่จะนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้อง (พระมหาชลอ ขยสิทฺฐ, 2551 : 1) การศึกษาเล่าเรียนพระปริยัติธรรมทั้งแผนกธรรมและบาลีนอกจากจะเป็นการศึกษา

หลักสูตรการสอนแล้ว ยังได้ชื่อว่าเป็นการสืบทอดอายุพระพุทธศาสนาไว้อีกด้วยโดยเฉพาะการศึกษาภาษาบาลี เพราะถ้าไม่รู้ภาษาบาลีแล้ว ก็จะไม่มีความรู้และเข้าใจพระพุทธรูปพระพุทธรูปพระไตรปิฎก ถ้าขาดความรู้เรื่องพระไตรปิฎกแล้ว พระพุทธศาสนาก็จะต้องเสื่อมสูญไปด้วย ด้วยเหตุนี้ภิกษุผู้เป็นศาสนูปถัมภกตั้งแต่โบราณมา จึงทรงทำนุบำรุงสนับสนุนการเล่าเรียนพระปริยัติธรรม และทรงยกย่องพระภิกษุสามเณรที่เรียนรู้พระพุทธรูปพระพุทธรูปพระไตรปิฎก พระราชทานรางวัลการต่างๆ มีนิตยภัตเป็นต้น จึงจัดให้มีวิธีการสอบพระปริยัติธรรมเพื่อให้ปรากฏต่อชาวโลกทั่วไปว่า พระภิกษุสามเณรมีความรู้มากน้อยแค่ไหนเพียงใด เมื่อปรากฏว่าพระภิกษุสามเณรรูปใดมีความรอบรู้ ถึงขั้นที่กำหนดไว้ พระมหากษัตริย์ก็ทรงยกย่องพระภิกษุสามเณรรูปนั้นให้เป็นมหาเปรียญ (ปัจจุบันเรียกว่า “มหาเปรียญธรรม”) ครั้นอายุพรรษาถึงเถรภูมิ ก็ทรงตั้งให้มีสมณศักดิ์ในสังฆมณฑลตามควรแก่คุณธรรมและความรู้ เป็นครูบาอาจารย์สั่งสอนพระปริยัติธรรมสืบๆ กันมาจนบัดนี้ (สมศักดิ์ บุญปู, 2552: 16-17)

ในโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วความรู้ทางโลกเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับพระสงฆ์ในการประกาศพระศาสนา สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรสทรงตระหนักเป็นอย่างดียิ่งกระแสสังคมตะวันตกที่ไหลบ่ามากระทบสังคมไทยอย่างหนักในยุคของท่าน ด้วยเหตุนี้จึงทรงส่งเสริมให้พระสงฆ์โดยเฉพาะฝ่ายธรรมยุตเรียนรู้วิชาสมัยใหม่ ปัจจุบันสังคมไทยที่กำลังประสบปัญหาเกี่ยวกับกระแสที่รุนแรงไม่แพ้กันคือกระแสโลกาภิวัตน์ การที่พระสงฆ์จะสามารถชี้แนะให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าของธรรมและสามารถนำธรรมะมาใช้ให้เหมาะกับชีวิตและสังคมได้จำเป็นที่ท่านจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคมและปัจจัยที่กระทบไม่ว่าด้านนิคม โลกทัศน์ หรือระบบต่างๆ ที่มีผลต่อวิถีชีวิตและความนึกคิดของผู้คน ถ้าพึ่งความรู้เดิมๆ จากประสบการณ์ในหมู่บ้านหรือจากการสังเกตสภาพความเป็นไปในสังคม ไม่น่าจะเพียงพอที่จะช่วยให้ท่านทำงานเผยแผ่อย่างได้ผล หากมีความจำเป็นที่ท่านจะต้องศึกษาความรู้ทางโลกเพิ่มเติมควบคู่กับการศึกษาวิชาการสมัยใหม่ ทั้งนี้มีใช้เพราะวิชาการเหล่านั้นเป็นสังคัม หากเพื่อให้เข้าใจทั้งประโยชน์และข้อจำกัดของมัน จะทำเช่นนั้นได้การศึกษาวิชาทางโลกจะต้องไม่เดินตามแบบแผนหรือหลักสูตรของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยทั่วไป แต่จะต้องเป็นการศึกษาโดยใช้มุมมองหรือโลกทัศน์แบบพุทธซึ่งให้ความสำคัญกับมิติด้านจิตใจ (พระไพศาล วิสาโล, 2552: 355)

วิธีการเช่นนี้เป็นการเหมาะสำหรับสภาพของการสังคมและของคณะสงฆ์ในสมัยปัจจุบัน เพราะการเรียนวิชาการทั่วไปประกอบก็คือ การทำความรู้จักมนุษย์ในสมัยปัจจุบัน เรียนรู้ความเป็นอยู่ความรู้สึกและสติปัญญาของเขา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับตนเองในการเข้าใจธรรมและการเข้าไปสัมพันธ์กับชาวโลกอย่างได้ผล (เสฐียรพงษ์ วรรณปก, 2555: 160-161) ในขณะที่การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกนักธรรมและบาลีนั้น มีคุณค่าความหมาย และความสำคัญต่อวิถีชีวิตและสังคมของคนไทยในสมัยปัจจุบันน้อยลงไปตามลำดับ เนื่องมาจากความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้ก้าวหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้ง สามเณรในสมัยปัจจุบันจึงไม่รู้สึกว่าการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกนักธรรมและบาลีนั้นจะมีประโยชน์แก่ตัวเองมากนักเพียงใด อีกทั้งรัฐก็ได้ให้ความสำคัญเท่าที่ควรจะเป็น ยังผลให้สามเณรซึ่งอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนได้ละเลยการศึกษาพระปริยัติธรรมด้านนี้และมุ่งไปให้ความสำคัญต่อการศึกษาวงโลกซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของตัวเองได้มากกว่า จึงทำให้คุณภาพของการศึกษาที่มีศักยภาพในการสืบทอดพระศาสนาลดน้อยถอยลงไป (พระมหาพรหม นิธิบุญการ, 2545:91-92)

ความเจริญรุ่งเรืองและความมั่นคงของพระพุทธศาสนา โดยส่วนมากขึ้นอยู่กับความเอาใจใส่ในการศึกษาพระธรรมวินัยรวมถึง การประพฤติปฏิบัติชอบของภิกษุสามเณรเป็นหลักใหญ่ สังเกตได้ว่าในยุคสมัยใดที่พระภิกษุและสามเณรประพฤติดีหรือแสดงสิ่งนอกธรรมนอกวินัย ยุคสมัยนั้นย่อมเป็นยุคเสื่อมแห่งพระพุทธศาสนา แต่การที่พระพุทธศาสนาได้รับการสืบต่อและมีความมั่นคงเรื่อยมาจนถึงทุกวันนี้ ก็เพราะอาศัยความเอาใจใส่ในธรรมทั้งฝ่ายคฤหัสถ์และฝ่ายวิปัสสนาธุระของสามเณรในทุกยุคทุกสมัย (สุนทร บุญสถิต, 2543: 63) สามเณรถือได้ว่าเป็นนักบวชที่ได้ผ่านกระบวนการของการบรรพชาเข้ามาเพื่อทำหน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งคือหน้าที่สืบต่อและดำรงไว้ซึ่งพระพุทธศาสนา เพราะสามเณรนั้นกำลังดำรงตนอยู่ในสถานะ ของผู้รับการบ่มเพาะคุณธรรม และจริยธรรมต่างๆ ซึ่งเตรียมจะอุปสมบทเป็นพระภิกษุเมื่ออายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ สามเณรจึงเป็นประจักษ์แห่งอกของสมณะ ซึ่งหมายถึงเหล่าของบุคคลที่เพียบพร้อมไปด้วยองค์ความรู้ที่ค่อนข้างจะประสานสอดคล้องกับพฤติกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการคิด การพูด หรือการกระทำ อันจะเป็นประโยชน์เกื้อกูลต่อการทำหน้าที่ในการสืบเชื้อสาย(พระมหาหรรษา นิธิบุญญากร, 2545 : 226) สำหรับประเทศไทยสามเณรส่วนใหญ่เป็นเยาวชนมาจากครอบครัวชาวชนบทที่มีฐานะค่อนข้างยากจนจนถึงปานกลาง เยาวชนเหล่านั้นได้อาศัยสถาบันพระพุทธศาสนาเพื่อศึกษาเล่าเรียนพระธรรมวินัยและวิชาการแขนงอื่นๆ ภายในวัดและสถานการศึกษา หลังจากบรรพชาเป็นสามเณรในระยะหนึ่งแล้ว ส่วนหนึ่งได้อุปสมบทเป็นพระภิกษุที่มีบทบาทต่อสังคมและพระพุทธศาสนา อีกส่วนหนึ่งได้ลาสิกขาเพื่อทำหน้าที่รับใช้ชาติบ้านเมืองต่อไป จึงนับได้ว่าการบวชเรียนเป็นสามเณรในพระพุทธศาสนา ได้อุ้มชูเยาวชนส่วนหนึ่งของชาติให้มีโอกาสยกระดับคุณภาพชีวิตและพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพสูงขึ้นเพื่อรับใช้พระพุทธศาสนาและชาติบ้านเมือง (สุนทร บุญสถิต, 2543: 2)นอกจากเป็นความก้าวหน้าส่วนตัวแล้ว การบวชเป็นสามเณรยังถือได้ว่าเป็นการสืบอายุพระพุทธศาสนาอีกด้วย เพราะสามเณรเหล่านั้นเมื่ออยู่ไปจนถึงอายุบวชพระได้ก็จะบวช และหากไม่สึกไปก่อนก็มักจะได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานพระพุทธศาสนาในด้านต่างๆ ทั้งนี้สมเด็จพระสังฆราชทุกพระองค์ก็ทรงผ่านการบวชเป็นสามเณรมาแล้ว (กนกวรรณ ทองตะโก, 2553: 1)

จากปัญหาและเหตุผลดังกล่าวมา จะเห็นว่าพระพุทธศาสนาจะดำรงมั่นคงได้ด้วยอาศัยกลไกการศึกษาการสอนให้เข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง นำสิ่งที่ตนศึกษามานั้นเผยแผ่ให้แก่คนทั่วไปได้เข้าใจอย่างถูกต้องเพื่อป้องกันสัทธรรมปฎิรูป (ธรรมปลอม) ที่ถูกบิดเบือนให้คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง และประการที่สำคัญเมื่อพุทธศาสนิกชนได้รับการถ่ายทอดจากพระภิกษุผู้เป็นพหูสุตแล้ว ย่อมเป็นบ่อเกิดแห่งสันติภาพและภราดรภาพทำให้สังคมโลกตลอดถึงมวลมนุษยชาติเกิดความผาสุกอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นการใช้รูปแบบการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลี
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลีให้สอดคล้องกับสภาพของสังคมปัจจุบัน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณผสมกับการวิจัยเชิงเอกสาร มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการจัดการศึกษาของสามเณรตามการจัดการศึกษาแนวตะวันตกเพื่อส่งเสริมการจัดการศึกษาตามหลักสูตรพระปริยัติธรรมแผนกบาลี และเพื่อตอบคำถาม คือ 1) ความคิดเห็นต่อการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลี ควรเป็นไปในทิศทางใด 2) การใช้รูปแบบการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลีมีองค์ประกอบและลักษณะอย่างไร และ 3) จะบูรณาการองค์ความรู้ในทางคัมภีร์โลกและคัมภีร์ธรรมให้ผสมผสานกลมกลืนกันได้อย่างไร

เครื่องมือในการวิจัย และการหาคุณภาพเครื่องมือ

กลุ่มที่ศึกษา คือ สามเณรทั้งหมดจำนวน 100 รูป ซึ่งกำลังศึกษาด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลีและด้านสามัญศึกษา ในเขตภาคกลาง ปีการศึกษา 2557

แบบแผนของการวิจัยการวิจัยครั้งนี้เป็นการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Synthesis) โดยใช้วิธีการสังเคราะห์เนื้อหา (Content Synthesis) ในประเด็นที่เกี่ยวกับด้านหลักสูตรพระปริยัติธรรมแผนกบาลีที่จัดโดยแม่กองบาลีสนามหลวง ผู้วิจัยดำเนินการสังเคราะห์งานวิจัยจากแหล่งข้อมูล คือ ศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ, พุทธศาสนาไทยในอนาคต, วิถีพุทธศาสนา ศึกษาเฉพาะกรณีการบรรพชาเป็นสามเณรในประเทศไทย, รายงานการวิจัยการศึกษาศาภาพการจัดการศึกษาของสงฆ์ เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นต่อการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลีมีความยากในส่วนที่เป็นเนื้อหาหลักเพราะต้องท่องจำแบบเรียนมาก แต่หากหมั่นทำเข้าใจไปด้วย ไม่อาศัยความจำเพียงอย่างเดียวย่อมทำให้การเรียนรู้ง่ายขึ้น รูปแบบการจัดการศึกษาของสามเณรด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลีควรมีการผสมผสานระหว่างการเรียนรู้วิชาการตามแนวตะวันตกควบคู่กับการศึกษาทางธรรมเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ที่เป็นสากล ไม่ถูกจำกัดอยู่เฉพาะแต่ในแวดวงของตนอันจะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแผ่พุทธศาสนา การที่จะเข้าใจสภาพปัญหาทางสังคมอย่างถ่องแท้ในมิติที่หลากหลาย จำเป็นอย่างยิ่งที่สามเณรควรได้รับการศึกษาแนวตะวันตกควบคู่ไปกับการศึกษาทางธรรมเพื่อนำองค์ความรู้เหล่านั้นไปพัฒนาสังคมดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นต่อการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลี

1.1 การจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลี เป็นราชการของพระมหากษัตริย์ ทรงจัดให้พระภิกษุสามเณรเรียนตามกำลังสติปัญญา สืบเนื่องเป็นพระราชกรณียกิจมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ครั้นถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น นับแต่สมัยรัชกาลที่ 1 รัชกาลที่ 5 พระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ทรงรับพระราชภาระอยู่โดยสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในรัชกาลที่ 2 คือ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย นอกจากพระองค์จะทรงมีพระราชดำริให้สมเด็จพระสังฆราช (มี) วันพระเชตุพนฯ จัดพิธีวิสาขบูชาขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2360 แล้วยังทรงโปรดให้สมเด็จพระสังฆราช ขยายหลักสูตรบาลีจากบาลีเรียนตรี โท เอก ซึ่งสืบเนื่องจากกรุงศรีอยุธยาเป็นเปรียญ 9 ประโยค ยังคงสืบเนื่องมาจนบัดนี้ (วิจิตร สมบัติบริบูรณ์, 2555: 18)

การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกนักธรรมและบาลี จัดเป็นการศึกษาวิชาการพระพุทธศาสนาในระดับสูงสำหรับพระภิกษุสามเณร โดยแบ่งชั้นเรียนออกเป็น 8 ชั้น คือ ชั้นประโยค 1-2 มีรายวิชาเรียน 2 วิชา คือ 1) วิชาแปลไทยเป็นมคธ โดยพยัญชนะและโดยอรรถใช้หนังสือธัมมปัทฏฐกา ภาค 1 – 4 เป็นหลักสูตร 2) วิชาบาลีไวยากรณ์ มีหนังสือบาลีไวยากรณ์เป็นหลักสูตร (เน้นความจำ) ชั้นประโยค ป.ธ. 3 มีรายวิชาเรียน 3 วิชา คือ 1) วิชาแปลมคธเป็นไทย โดยพยัญชนะและโดยอรรถ มีหนังสือธัมมปัทฏฐกา ภาค 5 – 8 เป็นหลักสูตร 2) วิชาสัมพันธไทยมีหนังสือ ธัมมปัทฏฐกา ภาค 5 – ภาค 8 เป็นหลักสูตร 3) วิชาบาลีไวยากรณ์ มีหนังสือบาลีไวยากรณ์ เป็นหลักสูตร (เน้นความจำและความเข้าใจ) และ 4) วิชาบูรพภาคข้อเขียนภาษาไทย โดยแก้ไขให้ถูกต้องตามระเบียบวรรคตอนตามอักษรสมัยนิยม ชั้นประโยค ป.ธ. 4 มีรายวิชาเรียน 2 วิชา คือ 1) วิชาแปลไทยเป็นมคธ มีหนังสือธัมมปัทฏฐกา ภาค 1 เป็นหลักสูตร 2) วิชาแปลมคธเป็นไทย มีหนังสือมงคลัตถทีปนี ภาค 1 เป็นหลักสูตร ชั้นประโยค ป.ธ. 5 มีรายวิชาเรียน 2 วิชา คือ 1) วิชาแปลไทยเป็นมคธ มีหนังสือธัมมปัทฏฐกา ภาค 2 – 4 เป็นหลักสูตร 2) วิชาแปลมคธเป็นไทย มีหนังสือมงคลัตถทีปนี ภาค 2 เป็นหลักสูตร ชั้นประโยค ป.ธ. 6 มีรายวิชาเรียน 2 วิชา คือ 1) วิชาแปลไทยเป็นมคธ มีหนังสือธัมมปัทฏฐกา ภาค 5 – ภาค 8 เป็นหลักสูตร 2) วิชาแปลมคธเป็นไทยมีหนังสือ ตติย-จตุตถ-ปัญจสมันตปาสาทิกาเป็นหลักสูตรชั้นประโยค ป.ธ. 7 มีรายวิชาเรียน 2 วิชา คือ 1) วิชาแปลไทยเป็นมคธ มีหนังสือมงคลัตถทีปนีภาค 1 เป็นหลักสูตร 2) วิชาแปลมคธเป็นไทย มีหนังสือปฐม-ทุติยสมันตปาสาทิกาเป็นหลักสูตรชั้นประโยค ป.ธ. 8 มีรายวิชาเรียน 3 วิชา คือ 1) วิชาแต่งฉันท์เป็นมคธ โดยกำหนดเป็นฉันท์ภาษามคธ เลือกแต่ง 3 ฉันท์ ใน 6 ฉันท์ คือ ปุชยาวัตร, อินทรวีเชียร, อุเปนทรวีเชียร, อินทรวงศ์, วัณโณวาท, วัณโณวาทิตถ ข้อความแล้วแต่กรรมการกำหนดให้ 2) วิชาแปลไทยเป็นมคธมีหนังสือปฐมสมันตปาสาทิกา 3) วิชาแปลมคธเป็นไทย มีหนังสือวิสุทธิมรรคเป็นหลักสูตรและชั้นประโยค ป.ธ. 9 มีรายวิชาเรียน 3 วิชา คือ 1) วิชาแต่งไทยเป็นมคธ (ข้อความแล้วแต่กรรมการจะกำหนดให้) 2) วิชาแปลไทยเป็นมคธ มีหนังสือวิสุทธิมรรคเป็นหลักสูตร 3) วิชาแปลมคธเป็นไทยมีหนังสือ อภิธัมมัตถภาวินี (สนามหลวงแผนกบาลี, 2548 : 71-73)

ในปัจจุบันมีพระภิกษุสามเณรที่ศึกษาหลักสูตรพระปริยัติธรรมแผนกบาลีทั่วประเทศ มีอยู่จำนวนมาก จากสถิติสนามหลวงปีพุทธศักราช 2557 มีนักเรียนอยู่เป็นจำนวนถึง 34,044 รูป (สนามหลวงแผนกบาลี 2557) แต่เมื่อพิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของพระภิกษุและสามเณรพระปริยัติธรรมแผนกบาลี จากผลการสอบปรากฏว่า ในการสอบแต่ละปีมีนักเรียนขาดสอบ และสอบตกกันเป็นจำนวนมาก ดังแสดงไว้ในตาราง (สนามหลวงแผนกบาลี 2557 แสดงสถิติพระภิกษุสามเณรที่เข้าสอบ – สอบได้และสอบตกแผนกบาลี

ชั้นประโยค	ส่งสอบ	ขาดสอบ	ขาดสิทธิ์	คงสอบ	สอบได้	คิดเป็น%ที่สอบได้	สอบครั้งที่ 2
ป.ร.9	396	69	0	300	26	8.67	
ป.ร.8	681	274	1	406	84	20.69	
ป.ร.7	791	366	0	425	120	28.24	
ป.ร.6	885	307	0	578	279	48.24	
ป.ร.5	1,587	606	3	978	215	21.98	258
ป.ร.4	2,227	757	19	1,451	422	29.08	317
ป.ร.3	5,634	1,463	15	4,156	902	21.70	1,428
ป.ร.1-2	21,870	6,655	684	14,567	2,562	17.59	2,676
รวม	34,044	10,497	686	22,861	4,610	20.17	4,679

2. ความคิดเห็นการใช้รูปแบบการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลี

2.1 การจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นการสอบวัดผลเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้การศึกษาอบรมหรือการเรียนการสอน ก็มุ่งเน้นเพื่อการสอบผ่านด้วยเช่นกัน ดังนั้นการท่องจำ และการเรียนเฉพาะประโยคเก็ง จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในการเรียนการสอน และการเตรียมตัวสอบผลที่ตามมาคือ ความรู้ความชำนาญในการศึกษาบาลีลดน้อยลง ความรู้ในภาษาบาลีจำกวดในหนังสือหรือคัมภีร์ที่ใช้เป็นหลักสูตรในการสอบเท่านั้น แม้ว่าแต่ละปีแต่ละประโยคจะมีผู้สอบผ่านเป็นจำนวนไม่น้อย แต่ผู้เชี่ยวชาญในด้านภาษาบาลีจริงๆ กลับลดน้อยลง (สมชาย ไมตรี, 2539 : 128) สอดคล้องกับทรรศนะของ พระไพศาล วิสาโลว่า “ความตกต่ำทางการศึกษาของคณะสงฆ์ไทยนั้นเป็นเรื่องที่รู้กันมานานแล้ว เพียงแค่ พิจารณาจากข้อมูลเชิงปริมาณของการศึกษาสงฆ์เฉพาะด้านเดียว คือการศึกษาปริยัติทั้งแผนกนักธรรมและบาลีก็จะเห็นถึงสภาพดังกล่าวได้ชัดเจน หลักฐานที่มักนำมาอ้างถึงอยู่บ่อยๆ ก็คือจำนวนพระภิกษุและสามเณร ซึ่งขาดสอบและสอบตกเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ติดต่อกันมาหลายสิบปีแล้ว โดยสัดส่วนผู้สอบได้ก็มีแนวโน้มลดลงทุกปี...ความล้มเหลวของการศึกษาสงฆ์ในปัจจุบันมีสาเหตุสำคัญได้แก่การยึดติดอยู่กับของเดิมไม่ยอมให้มีการปรับปรุงใดๆ ไม่ว่าหลักสูตร แบบเรียน วิธีการสอนและการจัดการศึกษา เพื่อให้มีคุณค่าและความหมายต่อสังคมและชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน” (พระไพศาล วิสาโล, 2546 : 285-291) และสอดคล้องกับทัศนะของพระราชวรมนี (ป.อ.ปยุตโต) ว่า “ไม่ฝึกลูกให้รู้จักคิดอย่างถูกต้องตามหลักธรรม หรือรู้จักเลือกสรรธรรมไปใช้ให้เหมาะกับสภาพปัญหาของบุคคลหรือสังคม อีกทั้งยังมีความเข้าใจอย่างคับแคบ และไม่สนใจเพื่อหาความรู้ทางด้านธรรมวินัย มุ่งแต่การแปลภาษาบาลีให้ได้เท่านั้น” (พระไพศาล วิสาโล, 2549 : 291 อ้างถึงใน พระราชวรมนี ป.อ. ปยุตโต, 2529 : 29)

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการจัดการศึกษาของสามเณรในด้านพระปริยัติธรรมแผนกบาลีให้สอดคล้องกับสภาพของสังคมปัจจุบัน

3.1 “...การที่สามเณรจึงเรียนหลักสูตรชั้นมหาเถระเรียนเสียตั้งแต่แรกเช่นนี้ ย่อมหมดโอกาสที่จะเรียนวิชาเบื้องต้นบางสิ่งบางอย่างที่จะทำให้สามเณรผู้นั้นเป็นพระมหาเถระที่ปราดเปรื่องที่สุดในภายหลัง ทั้งสมองยังถูกทรมานมาให้เกริ่นเสียแต่เล็ก เสื่อมคุณภาพไปในภายหลัง ทั้งร่างกายก็อ่อนแอจนเป็นเชื้อแห่งโรค

เช่น วันโรค ได้อย่างง่ายดาย ดังปรากฏอยู่ในแถลงการณ์ของคณะสงฆ์อันจะเป็นสถิติได้ว่าเปรียญหนุ่มที่ถึงแก่กรรมภาพนั้น มรณภาพด้วยวันโรคมากที่สุด...สามเณรควรได้รับความเอาใจใส่เพิ่มขึ้น คือ ในด้านหลักสูตรของการศึกษาที่เกี่ยวข้องสุขภาพด้วย ทั้งทางกายและทางจิต” (พุทธทาสภิกขุ, 2556 : 234)เพื่อให้ผู้เรียนมีกำลังใจและอยากเรียนมากขึ้นควรมีการวัดผลผู้เรียนทั้ง 3 ด้าน คือ พุทธิพิสัย จิตพิสัยและทักษะพิสัยรวมทั้งวัดความสามารถในการเข้าใจธรรมะ ตีความธรรมะและนำไปสั่งสอนได้ด้วย (สุภาพร มากแจ้ง และสมปอง มากแจ้ง, 2542 : 220) การศึกษาต้องสอนให้สอดคล้องกับจริต เป็นไปเพื่อพัฒนาสติ ปัญญาในไตรสิกขา สติ สมาธิ ปัญญา สติก็คือฝึกสติ สมาธิ สติบอกปัญญา ปัญญาก็คือพัฒนาปัญญา ในประเทศสหรัฐอเมริกาจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของผู้เรียน หรือที่เรียกว่า ให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้เรียนสนใจเรื่องอะไร ถนัดเรื่องอะไร เลือกเรียนตามนั้น ทฤษฎีนี้มีมาจากพหุปัญญา (Multiple intelligence) (พระธรรมโกศาจารย์ ประยูร ธมฺมจิตฺโต, 2551 : 18- 30) การ์ดเนอร์ (Gardner, 1983) ให้คำนิยามว่า “เชาว์ปัญญา” (intelligence) ไว้ว่า หมายถึงความสามารถในการแก้ปัญหาในสภาพแวดล้อมต่างๆ หรือการสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับบริบททางวัฒนธรรมในแต่ละแห่ง รวมทั้งความสามารถในการตั้งปัญหาเพื่อจะหาคำตอบและเพิ่มพูนความรู้ เชาว์ปัญญา 8 ด้าน ตามแนวคิดของการ์ดเนอร์ มีดังนี้

1. เชาว์ปัญญาด้านภาษา (linguistic intelligence)
2. เชาว์ปัญญาด้านคณิตศาสตร์หรือการใช้เหตุผลเชิงตรรกะ (logical mathematical intelligence)
3. สติปัญญาด้านมิติสัมพันธ์ (spatial intelligence)
4. เชาว์ปัญญาด้านดนตรี (Musical intelligence)
5. เชาว์ปัญญาด้านการเคลื่อนไหวและกล้ามเนื้อ (bodily-kinesthetic intelligence)
6. เชาว์ปัญญาด้านการสัมพันธ์กับผู้อื่น (interpersonal intelligence)
7. เชาว์ปัญญาด้านการเข้าใจตนเอง (intrapersonal intelligence)
8. เชาว์ปัญญาด้านความเข้าใจธรรมชาติ (naturalist intelligence) (ทศนา เขมมณี, 2554. : 87 -88)

การเรียนการสอนควรเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เอาวิถีชีวิต บริบททางสังคม และวัฒนธรรมมาเป็นกรอบในการศึกษา ผู้สอนเป็นเพียงผู้คอยชี้แนะแนวทางเพื่อให้ผู้เรียนได้คิดเป็น ทำเป็น และรู้จักแก้ปัญหาซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่มีความสำคัญในศตวรรษที่ 21

อภิปรายผล

การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีจัดได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญอันนำไปสู่การไขกุญแจความรู้ในพระไตรปิฎก ซึ่งหากศึกษาจนเข้าใจอย่างละเอียดลึกซึ้งแล้วย่อมจะเป็นการรักษาทะพจน์ทั้งที่เป็นคำสั่งและคำสอนมิให้เลือนหายไป และประการที่สำคัญสามารถป้องกันสัทธรรมปฎิรูป (ธรรมปลอม) อันจะเกิดขึ้นในภายหน้าประเด็นคำถามเรื่องการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีมีความยากและง่ายในส่วนใด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีความยากในการแปลจำศัพท์บาลีให้ได้ และต้องใช้ความพยายามในการท่องจำบาลี ไวยากรณ์ แต่หากทำความเข้าใจไปด้วยไม่อาศัยความจำเพียงอย่างเดียว ย่อมจะทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะสอดคล้องกับธรรมชาติของพระธรรมกิตติวงศ์ในงานวิจัยของสมหมาย จันทะ (2546 :115 อ้างถึงใน (พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช), 2546: สัมภาษณ์)ว่า หลักสูตรไม่ควรปรับเปลี่ยนหรือแก้ไข เพราะตัวหลักสูตรให้ความรู้มากมาย

เช่น ยกหัวข้อธรรมมาหัวข้อหนึ่งคือ “ มโนปุพฺพุทฺถมา ฆมฺมา มโนเสฏฺฐา มโนมยา ” หมายถึง ธรรมทั้งหลายมีใจเป็นหัวหน้า มีใจเป็นใหญ่ สำเร็จแล้วด้วยใจ ซึ่งสามารถอธิบายได้มากมาย ให้ความรู้ทางธรรมมากมาย ขณะที่ คณินันต์ จันทบุตร (2543 :56) มีความเห็นแย้งว่าควรปรับเปลี่ยนกระบวนการเรียนการสอน ซึ่งเดิมเน้นท่องจำ มาเป็นการวิเคราะห์วิจารณ์ธรรม สร้างบรรยากาศเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ปรับเปลี่ยนหลักสูตรบาติที่ใช้เวลาการศึกษายาวนานให้สั้นลงและเป็นมาตรฐานเช่นวิชาอื่น ปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรให้พระสงฆ์มีความรู้เท่าทันต่อสภาวะปัจจุบันและศ.พิเศษจำนง ทองประเสริฐได้แสดงทรรศนะคล้ายคลึงกันในงานวิจัยของสมหมาย จันเทศ (2546 : 127 อ้างถึงใน (อาจารย์จำนงค์ ทองประเสริฐ), 2546: สัมภาษณ์)ว่าการเรียนนักธรรมและบาลีในปัจจุบันต้องมีการปรับปรุง เพราะพระภิกษุสามเณรส่วนใหญ่ไม่ชอบเรียนบาลี แต่อยากเรียนปริยัติสายสามัญเพื่อเข้าเรียนในวิทยาลัยสงฆ์พร้อมทั้งตั้งข้อสังเกตไว้อีกว่า แต่จะให้คณะสงฆ์เปลี่ยนแปลงหรือทำตามนั้นเห็นว่าเป็นเรื่องว่ายากมาก เพราะเป็นเรื่องระดับนโยบาย

ประเด็นคำถามเรื่องเหตุผลหลักประการใด ที่สามเณรต้องศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเรียนภาษาบาลีนับว่าเป็นรากแก้วของพุทธศาสนาและเพื่อเป็นพื้นฐานของการเข้าเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของสมหมาย จันเทศ (2546:127-128 อ้างถึงใน (สุทธิพงษ์ ดันตยาพิศาลสุทธิ), 2546: สัมภาษณ์) กล่าวไว้ว่า จุดประสงค์ใหญ่ คือ ต้องการให้เรียนพระไตรปิฎกเพื่อจะมาสืบต่อพระพุทธพจน์ และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนนำหลักธรรมในพระไตรปิฎกออกมาสั่งสอนให้มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาพรพล ม่วงสาว (2554 :77) ว่า การเรียนการสอนในปัจจุบันมีประสิทธิภาพสามารถสร้างบุคลากรสงฆ์ให้ดำรงพระพุทธศาสนาให้มั่นคงได้

ประเด็นคำถามเรื่องการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีเพียงพออย่างเดียว เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบันหรือไม่ ควรเพิ่มเติมการเรียนรู้ในด้านใดบ้างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเรียนพระปริยัติธรรมแผนกบาลียังไม่เพียงพอ ควรเรียนรู้วิทยาการสมัยใหม่ควบคู่กันไปสอดคล้องกับงานวิจัยของสมหมาย จันเทศ (2546:126-127 อ้างถึงใน (จำนงค์ ทองประเสริฐ), 2546: สัมภาษณ์) กล่าวไว้ว่าผู้ที่เรียนพระภิกษุสามเณรต้องมีความรู้กว้างขวางไม่ใช่รู้แต่บาลีและธรรมอย่างเดียว เนื่องจากการจะสอนชาวบ้าน จำเป็นต้องรู้เรื่องที่ชาวบ้านเขารู้ และต้องรู้เรื่องที่ชาวบ้านเขาไม่รู้จึงจะเป็นครูเขาได้ ต้องเพิ่มวิชาบางวิชาที่จำเป็น อย่างเช่น ต้องรู้เรื่องประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ สังคมศาสตร์ เพราะตามหลักสูตรใหม่ต้องสอนแบบบูรณาการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของคณินันต์ จันทบุตร (2543: 25 อ้างถึงในเสฐียรพงษ์ วรรณปก และพระสมัย สัจจญาณ, 2542) กล่าวไว้ว่า หลักสูตรที่มีอยู่ล้าสมัย ไม่เหมาะสมกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง

ประเด็นคำถามเรื่องหากจะมีการประยุกต์การศึกษาพระปริยัติธรรมเข้าการศึกษาทางโลกเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันเห็นด้วยหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นด้วยที่จะมีการประยุกต์เข้ากับการศึกษาทางโลก เพราะจะได้ศึกษาควบคู่กันไปสอดคล้องกับงานวิจัยของสมหมาย จันเทศ (2549:126 อ้างถึงใน (จำนงค์ ทองประเสริฐ), 2546: สัมภาษณ์) การเรียนนักธรรมและบาลีในปัจจุบันต้องมีการปรับปรุง เพราะพระภิกษุสามเณรส่วนใหญ่ไม่ชอบเรียนบาลี แต่อยากเรียนปริยัติธรรมสายสามัญเพื่อเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยสงฆ์ และสอดคล้องกับ ศ. พิเศษ เสฐียรพงษ์ วรรณปกในงานวิจัยของคณินันต์ จันทบุตร (2543 :42 อ้างถึงใน (เสฐียรพงษ์ วรรณปก), 2542: สัมภาษณ์) ให้ทรรศนะว่าต้องเป็นอิสระ มีเอกลักษณ์ของตนเอง ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามโลก มีคณะวิชาที่เปิดสอนพระพุทธศาสนาอยู่ 3 สาขาวิชา เช่น พุทธศาสตร์ (Buddhism)

ปรัชญาพุทธศาสตร์ (Buddhist Philosophy) และการศึกษาพระพุทธศาสนา (Buddhist Education) สาขาวิชาดังกล่าวจะยืนยันว่าประเทศไทยเป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาอย่างแท้จริง ทั้งนี้ในงานวิจัยดังกล่าวอ้างถึงใน (พระไพศาล วิสาโล, 2542: สัมภาษณ์) ได้แสดงทรรศนะไว้อย่างน่าสนใจว่า...การศึกษาคณะสงฆ์ในปัจจุบันทำให้พระสงฆ์ขาดความเป็นผู้นำชุมชนเนื่องจากเดินตามกระแสโลก อาศัยมหาวิทยาลัยโลกเป็นแบบแผน ความรู้ในทางโลกเป็นความรู้แบบแยกส่วนไม่เป็นองค์รวม โดยแยกสัทธิธรรมออกจากจริยธรรม แยกความรู้ออกจากคุณธรรม

และประเด็นคำถามเรื่องการศึกษาตามแนวตะวันตกหรือทางโลกจะสามารถส่งเสริมการจัดการศึกษาตามหลักสูตรพระปริยัติธรรมแผนกบาลีได้อย่างไร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเมื่อนำมาประยุกต์ให้เหมาะกับวัยของผู้เรียนแล้ว ผลสัมฤทธิ์ด้านการเรียนภาษาบาลีย่อมอยู่ในเกณฑ์ดี เพราะจะนำไปสู่จุดหมายสูงสุดของพุทธศาสนา กล่าวคือ ปรียติ ปฏิบัติ และปฏิเวธสอดคล้องกับงานวิจัยของสมหมาย จันเทส (2546:130) การเรียนนักรธรรมและบาลีมีประโยชน์มาก เพราะทำให้ได้พระภิกษุสามเณรที่มีความรู้ไว้คอยรักษาพระพุทธศาสนาและงานวิจัยของคณินันต์ จันทบุตร (2543:42 อ้างถึงใน (พระโพธิญาณเถระ), 2535:66-67-106) ได้แสดงทรรศนะเห็นแย้งว่า “...ในทางโลกนั้น เราสอนความรู้ที่จะให้ปริยญาแก่กัน ปริยญาตรี โท เอก สอนอย่างนี้เป็นการสอนนอกตัว สำเร็จออกไปแล้วคุณตนเองไม่ได้ คุณตัวเองไม่ให้โกรธเขา ไม่ให้ข่มคนอื่น อยากได้จนไม่สามารถทำสิ่งที่ถูกต้องได้ จึงต้องคอร์ปชั่นเขา ก่อการกินโกงขัดแย้ง นอกจากนี้ครูไม่ควรสอนแต่ทางโลก ควรชี้ให้เห็นถึงคุณของท่าน ศีล ภาวนา สอนให้เขารู้จักฟังเข้ามาที่ตนเอง ต้องพิจารณาเห็นโทษของตัวเองก่อนก่อนที่ฟังโทษผู้อื่น...” และว่า... “ได้ทอ้งไปดูในมหาวิทยาลัยต่างๆ แล้วจึงคิดว่ามนุษยศาสตร์ทั้งหลายมีศาสตร์ไม่มีคมทั้งสิ้น ไม่สามารถจะตัดทุกข์ได้ มีแต่ก่อให้เกิดทุกข์ศาสตร์ทั้งหลายเหล่านั้นเราเห็นว่าถ้าไม่ขึ้นพุทธศาสตร์แล้วมันจะไปไม่รอดทั้งนั้น

ดังนั้น ควรมีการศึกษาความคิดเห็นต่อการจัดการศึกษาของสามเณรตามการจัดการศึกษาแนวตะวันตก เพื่อส่งเสริมการจัดการศึกษาตามหลักสูตรการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลี ย่อมก่อให้เกิดกระบวนทัศน์ในมิติใหม่ๆ ต่อแนวทางการศึกษาภาษาบาลี เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยเน้นจุดศูนย์กลางคือ ผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้เหล่าเยาวชน คือ สามเณรมีความรู้ความเข้าใจทั้งในทางคฤโลก และคฤธรรม มีความปราดเปรื่อง เป็นพระมหาเถระผู้ทรงคุณค่า สืบต่ออายุพระพุทธศาสนาในอนาคต ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทัศนะของสามเณรและผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีต่อการปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลี
2. ศึกษาผลกระทบการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีของทางคณะสงฆ์ที่มีต่อสามเณร
3. ควรมีการศึกษาเชิงอนาคตต่อการบรรพชาเป็นสามเณรในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผลวิจัยที่ค้นพบจะเป็นประโยชน์ในการจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีของสามเณรในประเทศไทย

2. ผลวิจัยที่ค้นพบจะเป็นประโยชน์ในการสร้างศาสนทายาทซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการประกาศพระศาสนา
3. ผลวิจัยที่ค้นพบจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมเยาวชนในกลุ่มคนผู้ยากไร้ให้ได้รับการศึกษาผ่านระบบการศึกษาของคณะสงฆ์มากยิ่งขึ้น
4. ผลวิจัยที่ค้นพบจะถูกนำไปปรับแก้ไขในระดับเชิงนโยบาย และนำไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ทองตะโก. 2557. “สามเณร” (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2557, <http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=3702>
- คณินันต์ย์ จันทบุตร. 2543. แนวคิดทิศทางการศึกษาของคณะสงฆ์ไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์พุทธศาสนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิสนา แคมมณี. 2554. ศาสตร์การสอน องค์ความรู้เพื่อจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). 2551. เยาวชนไทยกับการเรียนรู้เพื่อสร้างสุขและสันติภาพ. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พระไพศาล วิสาโล. 2546. พุทธศาสนาไทยในอนาคต แนวโน้มและทางออกจากวิกฤติ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรีสฤษดิ์วงศ์.
- พระมหาชลอ ชยสิทฺโธ. 2550. “ปัจจัยที่นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ต่อการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลีศึกษาเฉพาะกรณีวัดจองคำ ตำบลบ้านหวด อำเภอเวียง จังหัดลำปาง.” วิทยานิพนธ์ศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนาและปรัชญาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย.
- พระมหาพรพล ม่วงสาว. 2554. “ความคิดเห็นของพระภิกษุและสามเณรต่อการจัดการเรียนการสอนเปรียญเอกที่จัดโดยแม่กองบาลีสนามหลวง.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พระมหาหรรษา นิธิบุญยากร. 2545. “วิกฤติพุทธศาสนา : ศึกษาเฉพาะกรณีการบรรพชาเป็นสามเณรในประเทศไทย (2523-2543).” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระราชวรมุนี (ป.อ. ปยุตฺโต). 2529. การศึกษาของคณะสงฆ์: ปัญหาที่รอทางออก. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โกมลคีมทอง.
- พุทธทาสภิกขุ. 2556. ชุมชนผู้คิดอิสระ. พิมพ์ครั้งที่ 6. สำนักพิมพ์สุภาพใจ.
- วิจิตร สมบัติบริบูรณ์. 2555. ทำเนียบพระเปรียญธรรม 9 ประโยค สมัยกรุงรัตนโกสินทร์. กรุงเทพฯ: ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน).
- สนามหลวงแผนกบาลี. 2555. เรื่องสอบบาลีสนามหลวง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อาหารการพิมพ์.
- _____. 2557. เรื่องสอบบาลีสนามหลวง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อาหารการพิมพ์.

สมชาย ไมตรี. 2539. รายงานการวิจัย การศึกษาของพระสงฆ์ในประเทศไทย : กรณีศึกษาพระปริยัติ
ธรรมแผนกบาลี. ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประเภทกำหนดเรื่อง ประจำปี 2539 จากสำนักงาน
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

สมศักดิ์ บุญปู. 2552. พระสงฆ์กับการศึกษาไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สมหมาย จันเทศ. 2546. “แนวคิดการจัดระบบการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกนักธรรมและบาลี.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศาสนาเปรียบเทียบ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

สุนทร บุญสถิต. (2543). “สถานภาพ บทบาท และปัญหาของสามเณรในสังคมไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญา

อักษรศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาศาสนาเปรียบเทียบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุภาพร มากแจ้ง สมปอง มากแจ้ง. 2545. การศึกษาสภาพการจัดการศึกษาของคณะสงฆ์. กรุงเทพฯ :

กรมการศาสนากระทรวงศึกษาธิการสนับสนุนการวิจัย.

เสฐียรพงษ์ วรรณปก. 2555. พุทธศาสนา : ทรรศนะและวิจารณ์. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.

การศึกษาเปรียบเทียบเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ใน
กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง

A COMPARATIVE STUDY OF BASIC SEVEN QUALITY TOOLS
APPLICATION AND TECHNIQUES IN AUTOMOTIVE INDUSTRIAL
RAYONG PROVINCE

กฤษฎ์ ตระการสุภากรภาส

นิสิตปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: krittrakan@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ขององค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย จากกลุ่มตัวอย่างที่สมบูรณ์ 391 ตัวอย่าง การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวแปร โดยใช้ t-test และ F-test เป็นสถิติในการทดสอบและทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) ผลการวิจัยพบว่าลักษณะองค์กรที่แตกต่างกันจะมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในภาพรวมแตกต่างกัน ความเข้าใจและการฝึกอบรมในเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด มีความสัมพันธ์กับเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = .627$) และ ($r = .415$) ตามลำดับ ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้มีความสัมพันธ์กับเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ระดับต่ำในทิศทางต่างกัน โดยมีค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = -.012$) การประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดขององค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง ส่งผลต่อความสามารถในการแก้ปัญหาในกระบวนการโดยพบว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมค่อนข้างสูง ($\bar{X} = 3.6924$) โดยมีข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาระบบบริหารคุณภาพขององค์กรให้เป็นมาตรฐานสากล เพื่อให้การพัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดการคุณภาพภายในเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งผู้บริหารในองค์กรควรต้องทบทวนถึงความสามารถเชิงเทคนิคและความเข้าใจของพนักงานผู้ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: คุณภาพ เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด การแก้ปัญหา

ABSTRACT

This research aimed to compare Basic Seven Quality Tools Application and Techniques in Automotive Industrial Rayong Province. Researchers collected 391 samples by comparing the difference of mean using t - test and

F - test analysis and analyze the relationship of variables by using Pearson's Correlation Analysis. The research results showed that differences of Organization characteristics will have different levels of Basic 7 Quality Tools application and techniques. The Perception and Training of Basic 7 Quality Tools have middle relationship with Basic 7 Quality Tools application and techniques in same direction with correlation ($r = .627$) and ($r = .415$). Problem and Obstacle from Basic 7 Quality Tools application have low relationship with Basic 7 Quality Tools application and techniques in opposite direction with correlation ($r = -.012$) and Basic 7 Quality Tools application in Automotive Industrial Rayong Province has promoted to high efficiency problem solving in process ($\bar{X} = 3.6924$). The recommendations are developments Quality Management System in the organization by align the international system, including Management should continuing review technical skills and understanding of employee.

KEYWORDS: Quality, Basic 7 QC Tools, Problem Solving

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีทิศทางที่ไม่แน่นอนในปัจจุบัน ทำให้การแข่งขันทางเศรษฐกิจรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีแหล่งการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องกระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลก แต่หากเกิดปัญหาด้านใดด้านหนึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสินค้าและเกิดความเสียหายต่อธุรกิจโดยตรงและอาจส่งผลเชื่อมโยงไปทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว โดยเฉพาะปัญหาด้านคุณภาพของสินค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย ซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในวงกว้าง

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีสัดส่วนทางเศรษฐกิจสูงถึงร้อยละ 11 สูงที่สุดในอุตสาหกรรมหลักต่างๆ ข้อมูลออนไลน์จาก CIA World Fact Book, (2012) เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพหลายๆ ด้านที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมยานยนต์ภายในประเทศมีความแข็งแกร่ง จนได้รับความไว้วางใจจากผู้ผลิตรถยนต์ อุปกรณ์และชิ้นส่วน ให้เป็นฐานการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนที่สำคัญของโลก โดยมียอดการผลิตเป็นอันดับ 10 ในปี 2555 ที่จำนวน 2.46 ล้านคัน มียอดขายเป็นอันดับ 13 ของโลกที่จำนวน 1.43 ล้านคันและยังคงมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าประเภทรถยนต์ อุปกรณ์และชิ้นส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่มียอดส่งออกสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทยในปี 2555 โดยมียอดการส่งออกร้อยละ 20 จากข้อมูลของศูนย์สารสนเทศยานยนต์ (2556: 1-7)

การบริหารคุณภาพ (Quality Management) เป็นระบบการจัดการที่สำคัญในองค์กร เพื่อควบคุมและป้องกันปัญหาคุณภาพของสินค้าในกระบวนการให้สอดคล้องกับข้อกำหนด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพราะการบริหารคุณภาพเป็นระบบการจัดการที่สามารถพัฒนาระบบการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงานทั้งในและนอกองค์กรในระบบของห่วงโซ่อุปทานที่ Roethlein and Ackerson (2004: 328) ได้กล่าวไว้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารในองค์กรนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้ไปพัฒนาและปรับปรุงการบริหารคุณภาพภายในและรักษามาตรฐานการดำเนินงานให้มีคุณภาพในระดับเดียวกันตลอดเวลา เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจและการฝึกอบรมของพนักงานในการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ในการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดกับความสามารถในการแก้ปัญหา ในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

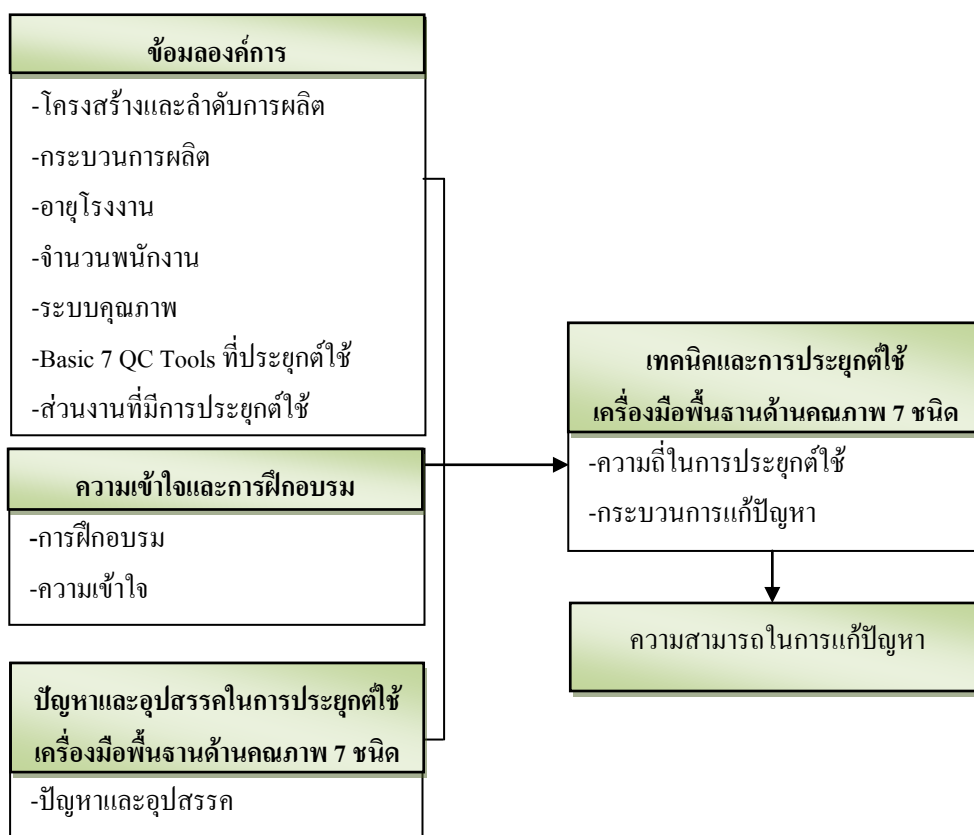
การบริหารคุณภาพหรือ Quality Management (QM) คือการควบคุมและการวางแผนเพื่อให้กระบวนการอยู่ภายใต้การควบคุมที่ถูกต้องเป็นมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา กระบวนการบริหารคุณภาพ (QM) ตามไตรศาสตร์ของ Juran and Godfrey (1999: 30-31) จะใช้การวางแผนคุณภาพ (QP) เป็นกิจกรรมเริ่มต้นเพื่อวางแผนการดำเนินงานต่างๆ ให้สอดคล้องกับระบบการบริหารงานขององค์กรและเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตรงตามข้อกำหนดและนำระบบความคุมคุณภาพ (QC) มาควบคุมความผันแปรในกระบวนการ หากกระบวนการยังมีความผันแปรและส่งผลกระทบต่อบริหารงานด้านคุณภาพ (QM) ต้องมีการปรับปรุงคุณภาพ (QI) เพื่อลดและป้องกันปัญหาต่อไป ระบบและโครงสร้างของการบริหารคุณภาพจึงมีเครื่องมือและเทคนิคการจัดการด้านคุณภาพที่สามารถจัดการและนำมาประยุกต์เพื่อใช้ในการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง โดยเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด เป็นเครื่องมือการจัดการด้านคุณภาพและปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ดีที่สุดลำดับต้นๆ ของเครื่องมือจัดการด้านคุณภาพที่มีอยู่ จากคำกล่าวของ Ahmed and Hassan (2002: 797) และ จากผลการงานวิจัยของ McQuater *et. al.*, (1995: 38) ระบุว่าเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพเหล่านั้นยังมีการใช้อย่างแพร่หลายในองค์กรเกือบทุกประเภท เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ไม่ซับซ้อนและนำมาประยุกต์ใช้ได้ทุกกระบวนการประกอบด้วย แผนภาพพาเรโต (Pareto Diagrams) แผนภาพเหตุและผลหรือแผนภาพก้างปลา (Cause and Effect Diagrams หรือ Fishbone หรือ Ishikawa Diagrams) ใบตรวจสอบ (Check Sheet) แผนภูมิควบคุม (Control Chart) ฮิสโตแกรม (Histograms) แผนภาพการไหล (Flow chart) แผนภาพการกระจายตัว (Scatter Diagrams) และแผนภูมิควบคุม โดย Imai, (2007: 74) กล่าวว่าเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด นั้นถือว่าเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์อย่างง่ายในกระบวนการ การฝึกอบรมเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่มีระบบตามแนวคิดของ Beach (1970: 193) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคคลตามจุดประสงค์ที่ต้องการตามคำกล่าวของ Barcala, Perez and Gutierrez

(1999: 335) ทั้งด้านความรู้ ทักษะ ความสามารถและเจตคติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นตามความหมายของ จักรินทร์ วรรณโพธิ์กลาง (2553: 45) โดยสรุปแล้วการฝึกอบรมนั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลเพื่อเพิ่มความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และทัศนคติ (Attitude)

กระบวนการการรับรู้และความเข้าใจหมายถึงกระบวนการที่บุคคลใช้เลือกในการประมวลผลและตีความของปัจจัยนำเข้า ผ่านการสัมผัสทางร่างกายจากสิ่งเร้าผ่านไปยังสมองให้สามารถจับใจความของเรื่องราวต่างๆ ที่เป็นข้อเท็จจริงต่างๆ และเกิดกระบวนการการแปลความ ตีความ ขยายความ เพื่ออธิบายความหมายในสิ่งที่ตนรับและเรียบเรียงออกมาตามประสบการณ์ ความคิดและความเข้าใจตามการเรียนรู้ในอดีต อันจะนำไปสู่การรับรู้ที่แตกต่างตามแนวคิดของ รมิดา เสนโศพิศ (2550: 10)

และปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานคุณภาพส่วนใหญ่ มีปัญหาจากการขาดแคลนบุคลากรที่จะปฏิบัติงานและทีมงานที่มีส่วนร่วม มีปัญหาจากผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้ ทักษะ ความเข้าใจในเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพตามคำกล่าวของ Alsaleh (2007: 155) และปัญหาด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ผลจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว สามารถกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยและสมมติฐานแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ดังนี้

1. องค์การในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง มีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ไม่แตกต่างกัน
2. ความเข้าใจและการฝึกอบรมของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง ส่งผลต่อเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ไม่แตกต่างกัน
3. ปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้ของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง ส่งผลต่อเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ไม่แตกต่างกัน
4. การประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดขององค์การในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง ส่งผลต่อความสามารถในการแก้ปัญหาในกระบวนการ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่างในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น ซึ่งสมาชิกของประชากรแต่ละหน่วยมีโอกาสที่จะได้รับเลือกเป็นตัวแทนเท่ากัน โดยแบ่งชั้นของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่มตามขนาดของพนักงานในโรงงานที่กำหนดขึ้น จากนั้นเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ตอน โดยตอนที่ 1-2 เป็นแบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลโรงงาน โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 3-5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเข้าใจและการฝึกอบรม ปัญหาและอุปสรรค เทคนิคการประยุกต์ใช้และความสามารถในการแก้ปัญหา แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Likert Scale 5 ระดับ

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยเกี่ยวกับความเที่ยงตรงของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้องข้อคำถาม (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พบว่ามีค่าความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกข้อ (IOC มากกว่า 0.6) และผลการคำนวณหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.889 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐาน

วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐานเช่น การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อจัดกลุ่มและเปรียบเทียบข้อมูลที่เก็บมาได้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เพื่ออธิบายลักษณะของแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลางและความแตกต่างของข้อมูลที่เก็บมาได้ เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวแปร โดยใช้ t-test และ F-test เป็นสถิติในการทดสอบและทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เป็นเครื่องมือช่วยในการประมวลผล โดยงานวิจัยนี้ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 72.1 เพศหญิง ร้อยละ 27.9 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ระหว่าง 26-30 ปีและ 31-35 ปี ถึงร้อยละ 32.0 และ 31.5 ตามลำดับ โดยร้อยละ 74.2 เป็นผู้จบปริญญาตรี ร้อยละ 28.6 และ 24.3 มีประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด น้อยกว่า 3 ปีและอยู่ระหว่าง 3-5 ปี ตามลำดับ ผลการสำรวจระบบคุณภาพของโรงงานพบว่า ร้อยละ 49.6 เป็นโรงงานที่มีระบบการรับรองคุณภาพสากลสองระบบคือ ISO/TS 16949 และ ISO 9001 และพบว่าร้อยละ 66.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกประยุกต์ใช้เครื่องมือเพียงบางชนิดเท่านั้น โดยมีการประยุกต์ใช้ใบตรวจสอบร้อยละ 100 แผนภาพพาเรโต ร้อยละ 89.7 และแผนภูมิควบคุม ร้อยละ 91.5 สำหรับผลการสำรวจเกี่ยวกับส่วนงานที่มีการประยุกต์ใช้เครื่องมือในกระบวนการผลิต พบว่าทุกส่วนงานซึ่งเป็นส่วนงานหลักในกระบวนการผลิตประกอบฝ่ายผลิต ฝ่ายคุณภาพและฝ่ายวิศวกรรม มีการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดทั้งหมด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเข้าใจพบว่า โดยภาพรวมพนักงานมีความเข้าใจในเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{X}$ 3.62, S.D. 0.722) โดยความเข้าใจใบตรวจสอบ ($\bar{X}$ 4.11, S.D. 0.832) แผนภาพพาเรโต ($\bar{X}$ 3.77, S.D. 0.957) แผนภูมิควบคุม $\bar{X}$ 3.71, S.D. 0.913) สรุปได้ว่าระดับความเข้าใจในเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ของพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยองโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ยกเว้นแผนภาพการกระจาย (Scatter diagram) และแผนภาพฮิสโตแกรม (Histogram) ที่มีระดับความเข้าใจปานกลาง ผลของการกระจายตัวของค่า Std. Deviation กว้างกว่าเครื่องมือชนิดอื่นๆ ซึ่งหมายถึงระดับความเข้าใจของพนักงานค่อนข้างแตกต่างกัน โดยอาจมีผลมาจากประสบการณ์การใช้เครื่องมือและหน้าที่โดยตรงและผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการฝึกอบรมพบว่าการจัดการด้านการฝึกอบรมอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยปานกลาง ($\bar{X}$ 3.47, S.D. 0.614) ซึ่งหมายความว่าองค์การส่วนใหญ่ยังไม่ได้เน้นด้านการฝึกอบรม

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคด้านการฝึกอบรมพบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านการฝึกอบรมโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}$ 2.65, S.D. 0.878) ผลการวิเคราะห์ด้านปัญหาและอุปสรรคด้านพนักงานพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.18, S.D. 0.993) ผลการวิเคราะห์ด้านปัญหาและอุปสรรคด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ จากผลทางสถิติแสดงให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับพนักงานผู้ปฏิบัติงาน โดยเฉพาะการขาดแคลนบุคลากรที่จะปฏิบัติงานด้านคุณภาพและผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในด้านความถี่การประยุกต์ใช้พบว่า พนักงานมีความถี่ในการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.44, S.D. 0.820) โดยมีความถี่ในการประยุกต์ใช้ใบตรวจสอบอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ 4.31, S.D. 0.856) รองลงมาคือแผนควบคุม ($\bar{X}$ 3.71, S.D. 1.046) และแผนภาพสาเหตุและผล ($\bar{X}$ 3.64, S.D. 1.207) ผลการ

วิเคราะห์ด้านกระบวนการแก้ปัญหาพบว่า เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด นำมาปรับใช้กับกระบวนการแก้ปัญหาตามวัตถุประสงค์การใช้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{X}$ 3.82, S.D. 0.661) และผลการวิเคราะห์ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาพบว่า เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด มีความสามารถในการแก้ปัญหาในกระบวนการอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{X}$ 3.69, S.D. 0.575) โดยเครื่องมือพื้นฐานสามารถประยุกต์ใช้ได้ง่ายและประยุกต์ใช้ร่วมกับเครื่องมือชนิดอื่นๆ ได้ดี ผลทางสถิติยังพบว่าเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดนั้นเหมาะกับการประยุกต์ใช้ในกระบวนการในปัจจุบัน แสดงว่าเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ยังเป็นเครื่องมือที่มีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาในกระบวนการ

อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า องค์กรที่มีโครงสร้างและลำดับการผลิตต่างกันมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในภาพรวม ($F = 16.152, P = 0.001$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่าองค์กรที่มีโครงสร้างและลำดับการผลิตที่ 1 หรือ Tier 1 ($\bar{X} = 3.7357, S.D. = 0.53254$) มีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ดีกว่าองค์กรที่โครงสร้างประเภทอื่น องค์กรที่มีประเภทของกระบวนการผลิตที่ต่างกันจะมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในภาพรวม ($F = 4.589, P = 0.001$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่าองค์กรที่มีประเภทของกระบวนการผลิตทั้งการประกอบและการขึ้นรูปจะมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ดีกว่าองค์กรประเภทอื่น องค์กรที่อายุต่างกันมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในภาพรวม ($F = 7.437, P = 0.001$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่าองค์กรที่มีอายุน้อยกว่าจะมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ที่ดีกว่าองค์กรที่มีอายุน้อยกว่า องค์กรที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในภาพรวม ($F = 13.751, P = 0.001$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่าองค์กรที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่าจะมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ได้ดีกว่าองค์กรที่มีจำนวนพนักงานมาก ส่วนองค์กรที่มีระบบคุณภาพต่างกันมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ในภาพรวม ($F = 2.860, P = 0.059$) ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่าองค์กรที่มีระบบ ISO/TS 16949 เป็นหลัก จะมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ที่สูงกว่าองค์กรที่มีระบบ ISO 9001 องค์กรที่มีการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดต่างกันมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือ ($t = -0.508, P = 0.612$) ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งการเลือกใช้เครื่องมือต่างกันเป็นข้อมูลที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Paliska, Paletic and Sokovic, 2007: 79-82) ซึ่งกล่าวว่าองค์กรจะเลือกใช้เครื่องมือบางชนิดในการประยุกต์ใช้ โดยพบว่าองค์กรที่มีการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดแตกต่างกันจะมีเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดในระดับที่ใกล้เคียงกัน

ความเข้าใจในเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด มีความสัมพันธ์กับเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสถิติสหสัมพันธ์ $(r = .627)$ และมีค่า Sig. $(P = .001)$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สรุปได้ว่าความเข้าใจในเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ส่งผลต่อเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือในกระบวนการโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bamford and Greatbanks (2003: 376-392) ที่กล่าวว่าความเข้าใจส่งผลต่อการเลือกชนิดของเครื่องมือเพื่อประยุกต์ใช้ในกระบวนการได้ดีขึ้น ส่วนการฝึกอบรมมีความสัมพันธ์กับเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสถิติสหสัมพันธ์ $(r = .415)$ และมีค่า Sig. $(P = .001)$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้มีความสัมพันธ์กับเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ระดับต่ำในทิศทางต่างกัน โดยมีค่าสถิติสหสัมพันธ์ $(r = -.012)$ และมีค่า Sig. $(P = .814)$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สรุปได้ว่าปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดขององค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยองไม่ส่งผลต่อเทคนิคและการประยุกต์ใช้ แต่พบว่าทักษะพนักงานผู้ปฏิบัติงานส่งผลต่อการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bunney and Dale (1997: 187-188), Ahmed and Hassan (2002: 795-855) และ Alsaleh (2007: 155) ที่กล่าวว่าองค์การส่วนใหญ่ขาดแคลนบุคลากรที่จะปฏิบัติงานและพนักงานมีทักษะไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิดขององค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง ส่งผลต่อความสามารถในการแก้ปัญหาในกระบวนการค่อนข้างสูง $(\bar{X} = 3.69, S.D. = 0.575)$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ He Z. et. al., (1996: 40-44) ที่ระบุว่าเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด มีประสิทธิภาพและสามารถจัดการกับปัญหาในกระบวนการได้อย่างเหมาะสม ตามลักษณะเชิงเทคนิคของแต่ละเครื่องมือและผลการวิเคราะห์ยังสรุปได้ว่าเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพ 7 ชนิด ยังเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ในกระบวนการปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือองค์กรควรมีการพัฒนากระบวนการบริหารคุณภาพขององค์กรให้เป็นมาตรฐานสากล ซึ่งจะสามารถช่วยให้องค์กรพัฒนาและปรับปรุงการจัดการคุณภาพภายในทั้งระบบอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยยังพบว่า ความเข้าใจและการฝึกอบรมของพนักงาน มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อเทคนิคและการประยุกต์ใช้เครื่องมือ ในกระบวนการ โดยตรง ดังนั้นองค์กรควรต้องเน้นพัฒนาทักษะของพนักงานให้มีความรู้เพียงพอที่จะปฏิบัติงาน โดยกำหนดให้มีการฝึกอบรมที่จำเป็นและสอดคล้องต่อการปฏิบัติงานและพบว่าในกลุ่มตัวอย่างมากถึงร้อยละ 66.2 นำเครื่องมือพื้นฐานด้านคุณภาพมาประยุกต์ใช้เพียงบางชนิด ดังนั้นผู้บริหารในองค์กรควรต้องทบทวนถึงความสามารถเชิงเทคนิคของพนักงานว่ามีความเข้าใจในทฤษฎีและวิธีการประยุกต์ใช้มากน้อยเพียงใด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการประยุกต์ใช้เครื่องมือพื้นฐานกับตัวแปรด้านอื่นๆ เพิ่มเติมเช่น การเปรียบเทียบวัฒนธรรมการบริหารขององค์กรหรือการเปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพสะท้อนที่หลากหลายมากขึ้นและควรเพิ่มเครื่องมือในการศึกษาด้านอื่นๆ เพิ่มเติมเช่น การวิเคราะห์ระบบการวัด (MSA) หรือ การวิเคราะห์และรายงานปัญหาโดยใช้ 8D Report เป็นต้น เนื่องจากเครื่องมือดังกล่าวอาจส่งผลต่อเทคนิคและความสามารถในการแก้ปัญหาในกระบวนการที่แตกต่างกัน

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์และความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งมาโดยตลอดจาก ดร.พงศ์ภัก บานชื่น อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อหาข้อมูล แนวทางในการศึกษาค้นคว้า ปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ และท้ายที่สุดนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้ซึ่งให้ชีวิตและโอกาสที่ได้รับทางการศึกษา คุณค่าจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ขอมอบแด่ คุณพ่อ คุณแม่ ตลอดจนสมาชิกในครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

จักรินทร์ วรรณโพธิ์กลาง. 2553. การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมในการผลิตสื่อการสอนคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนา

สมรรถนะของครูคณิตศาสตร์ช่วงชั้นปีที่ 1. ปรินญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รมิดา เสนโศพิศ. 2550. การรับรู้บรรยากาศองค์กรและประสิทธิผลในการทำงานของบุคลากร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก.

Alsaleh, N.A. 2007. "Application of Quality Tools by The Saudi Food Industry". **The TQM Magazine**. Vol. 19. No. 2. pp. 150-161.

Ahmed, S. and Hassan, M. 2002. "Survey and Case Investigations on Application of Quality Management Tools and Techniques in SMIs". **International Journal of Quality & Reliability Management**. Vol. 20 No. 7. pp. 795-826.

Bamford, D.R. and Greatbanks, R.W. 2003. "The Use of Quality Management Tools and Techniques: A Study of Application in Everyday Situations". **International Journal of Quality & Reliability Management**. Vol. 22. No. 4. pp. 375-392.

Barcala, M.F., Perez, M.J.S. and Gutierrez, J.A.T. 1999. "Training in Small Business Retailing: Testing Human Capital Theory". **Journal of European Industrial Training**. Vol. 23. No. 7. pp. 335-352.

Beach, D. 1970. **Personnel: The Management of People at Work**. New York: Mac Millan.

Bunney H.S. and Dale B.G. 1997. "The Implementation of Quality Management Tools and Techniques: a Study". **The TQM Magazine**. Vol. 9. No. 3. pp. 183-189.

CIA World Fact book. 2012. **Central Intelligence Agency (Online)**. www.cia.gov. October 17, 2013.

- He Z., Staples G., Ross M. and Court I. 1996. "Techniques Fourteen Japanese Quality Tools in Software Process Improvement". **The TQM Magazine**. Vol. 8. No. 4. pp. 40-44.
- Imai, M. 2007. "Comment Solving Quality Problems Using Common Sense". **Emerald Backfiles**. Tokyo: Kaizen Institute. pp. 71-75.
- Juran, J.M. and Godfrey, A.B. 1999. **Juran's Quality Handbook (5th edition)**. New York: McGraw Hill.
- McQuater, R.E., Scurr, C.H., Dale, B.G. and Hillman, P.G. 1995. "Using Quality Tools and Techniques Successfully". **The TQM Magazine**. Vol. 7. No. 6. pp. 37-42.
- Roethlein, C. and Ackerson, S. 2004. "Quality Communication Within a Connected Manufacturing Supply Chain, Supply Chain Management". **An International Journal**. Vol. 9. No. 4. pp. 323-330.

ความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา
SATISFACTION OF MEDICAL STUDENTS TOWARDS DIVISION OF
EDUCATION AFFAIRS SERVICES

วิรงรอง สิตไทย

นิสิตปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail : sithai03@gmail.com

จตุพล ยงสร

อาจารย์ ดร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail : Chatupol@swu.ac.th

นิลรัตน์ วรรณศิลป์

รองศาสตราจารย์ แพทย์หญิง คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล

E-mail : nilrat_w@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ใน 2 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย นักศึกษาแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล รวมทั้งสิ้น 311 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.960

ผลวิจัยพบว่า นักศึกษาแพทย์มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ในประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการ โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับประเด็นการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบเพศ ระดับชั้นปี ปรกติและชั้นคลินิก และจำนวนการเข้าใช้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา พบว่ามีความพึงพอใจ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, งานบริการการศึกษา, การให้บริการ

ABSTRACT

This research aimed to study and compare the satisfaction of medical students towards services provided by Division of Education Affairs at Faculty of Medicine Siriraj Hospital, Mahidol University, in two aspects including characteristics of services provider and services provided by the division. The samples of this

study were 311 medical students in the Faculty of Medicine Siriraj Hospital, Mahidol University. The 5-level scale questionnaires with a reliability of 0.960 were used in study's protocol.

The results showed that medical students' satisfactions towards services provided by Division of Education Affairs at Faculty of Medicine Siriraj Hospital, Mahidol University in the characteristic of services providers were rated at the highest level in each and overall aspects. For services provided by the division, medical student's overall satisfactions were rated at high level. Considering by the difference of genders, level of study (Preclinic and Clinic) and numbers of service using did not cause differences in their satisfactions.

KEYWORDS : Satisfaction, Education Affairs, Services

บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการโดยจัดระบบการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาให้มากที่สุด ดังแนวคิดของวิชา ด้านธำรงกุล (2545) และ ทันดร ธนะกุลบริภัณฑ์ (2552) กล่าวว่า การบริการที่ดี ต้องขึ้นอยู่กับบุคคลเป็นส่วนสำคัญ การที่บุคคลหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการทำงาน และมีความสุขกับงานที่ให้บริการ แสดงถึงคุณภาพของการบริการที่ดีของหน่วยงานหรือองค์กร และการให้บริการที่ดีจะวัดได้ด้วย การบริการที่มีความประทับใจหรือความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นเบื้องต้น และในสถานการณ์การแข่งขันเช่นปัจจุบันต้องมีการหลักการที่ดีในการบริการมาประกอบเข้าไปด้วย การบริการที่ดีก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีเกิดความประทับใจอย่างต่อเนื่องยาวนานแก่ผู้รับบริการ การบริการที่ดีเป็นมากกว่าความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตนหรือความยิ้มแย้มแจ่มใส มีความใส่ใจและพร้อมที่จะให้บริการ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) กล่าวว่า งานบริการการศึกษา คืองานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทุกชนิดในสถานศึกษาโดยเฉพาะเกี่ยวกับการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้ได้ผลดีและมีประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้เรียน ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายหลักของสถานศึกษา และเป็นเครื่องมือชี้ความสำเร็จและความสามารถของผู้บริหาร

งานบริการการศึกษา เป็นหน่วยงานหนึ่งของฝ่ายการศึกษา สำนักงานคณบดี คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล มีหน้าที่หลักในการให้บริการนักศึกษาแพทย์ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานภายใน 3 หน่วยงาน คือ 1) หน่วยนิเทศสัมพันธ์การศึกษา 2) หน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา และ 3) หน่วยทะเบียนและประมวลผลการศึกษา โดยมีกระบวนการหลักในการให้บริการทางการศึกษาให้กับนักศึกษาแพทย์ (มหาวิทยาลัยมหิดล คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล, 2556) จากที่กล่าวมาสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิศรี ม่วงสว (2550) ที่ได้ทำวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียน สำนักงานบริการทางวิชาการ และทดสอบ ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ผลวิจัยพบว่า การให้บริการการศึกษาที่ดีจะประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้ให้บริการ และการให้บริการทางการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสัมภาษณ์นักศึกษาแพทย์ ผู้มาขอรับบริการจากงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล และสรุปเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ นักศึกษาแพทย์แสดงความคิดเห็นว่า เจ้าหน้าที่บางคนขาดมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการแก่นักศึกษาแพทย์ ให้คำแนะนำที่ไม่ชัดเจน และมีความคลุมเครือในการอธิบายข้อมูล

และในบางครั้งทำการสอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่บางคนแต่ได้รับคำตอบที่ไม่ชัดเจน แต่ในภาพรวมแล้วมีเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ให้การบริการอย่างเต็มใจ และสามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ในกรณีที่ไม่สามารถตอบคำถามได้เนื่องจากเป็นคำถามเชิงลึก เจ้าหน้าที่จะให้เบอร์โทรศัพท์ของหน่วยงานและแจ้งชื่อผู้รับผิดชอบงานนั้นให้แก่ นักศึกษาทราบในทันที

2. ด้านการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา นักศึกษาแพทย์แสดงความคิดเห็นว่า การประสานงานระหว่างหน่วยงานแต่ละหน่วยงานไม่เชื่อมโยงครอบคลุมการบริการ จึงทำให้เกิดความซับซ้อน ทำให้ นักศึกษาแพทย์ไม่ได้รับความสะดวก รวมทั้งการรอกเอกสารใบคำร้องเพื่อขอรับบริการต่างๆ ที่ยังต้องอาศัย คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ จึงก่อให้เกิดความล่าช้า แต่ทั้งทางงานบริการการศึกษาได้จัดทำแฟ้มคู่มือในการกรอกใบคำ ร้องแบบต่างๆ เพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่ นักศึกษาผู้มาขอรับบริการ ซึ่งส่งผลให้นักศึกษาสามารถกรอกข้อมูลได้อย่าง รวดเร็ว และเจ้าหน้าที่สามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการได้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

เนื่องด้วยผู้วิจัยเป็นผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล จึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ ต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ใน ด้านคุณลักษณะ ของผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา ซึ่งผลการศึกษานี้จะนำมาพิจารณาพิจารณาการ ปรับปรุงระบบการให้บริการแก่นักศึกษาแพทย์ ทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบุคลากรและหน่วยงานให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาแพทย์ อันจะนำไปสู่ความเป็น สถาบันอุดมศึกษาที่มีศักยภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ใน ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการ ของหน่วยงานบริการการศึกษา
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมและในแต่ละด้าน จำแนกตาม เพศ ระดับชั้น และ จำนวนการเข้าใช้บริการของงานบริการการศึกษา

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ความสำคัญของการให้บริการ คือ การบริการที่ดีนั้น ถือว่าเป็นความสำเร็จของทุกงาน ดังนั้น ความสำคัญงานบริการ จึงเป็นเบื้องหลังของความสำเร็จซึ่งมีผู้ได้กล่าวถึงความสำคัญของการให้บริการไว้ ดังนี้

กุลธนะ ธนาพงศธร (2530) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการมี 5 ประการ คือ 1) หลัก ความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และการที่องค์กรจัดให้นั้นจะต้อง ตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้กับบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีฉะนั้น จะไม่ได้ประโยชน์สูงสุดในการอำนวยความสะดวกและบริการ และไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย 2) หลัก ความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการต้องต่อเนื่องสม่ำเสมอ ไร้ทำด้วยตามความพอใจของผู้ให้บริการหรือ

ปฏิบัติงาน 3) หลักความเสมอภาค การบริการที่จัดให้ต้องให้ผู้รับบริการอย่างเสมอและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใด ในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด 4) หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่จะได้รับ 5) หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติง่ายสะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มาก และไม่เป็นการยุ่งยากใจแก่ผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการมากเกินไป

ลักษณะของผู้ให้บริการ คือ การแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งทีบุคคลได้กระทำขึ้น การบริการเป็นความรับผิดชอบของทุกคน และสามารถแบ่งความรับผิดชอบกันไปในงานแต่ละด้าน ซึ่งได้มีผู้กล่าวไว้หลายทศนะ ดังนี้ สมิต สัจญกร (2548) กล่าวถึง ลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีดังนี้ มีจิตใจ รักงานบริการ มีความรู้ในงานที่จะบริการ มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีทัศนคติต่องานบริการดี มีจิตใจมั่นคงไม่โลเล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความช่างสังเกต มีวิจารณ์ญาณไตร่ตรองรอบคอบ และมีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา ซึ่งงานบริการถือเป็นงานที่สนับสนุนการปฏิบัติการ (Operation Support) ทั้งในด้านงานภายนอกและด้านงานภายใน เพื่อสนับสนุนให้งานของฝ่ายต่างๆ บรรลุผล สำนักงานเป็นส่วนสำคัญที่จะให้บริการด้านการติดต่อสื่อสาร งานเอกสาร ได้ตอบ การรับเรื่องการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก และเรื่องด้านธุรการทั่วไป ซึ่งเป็นการให้บริการแก่หน่วยงานในองค์กร

ทองเรือน อมรัชกุล (2525) กล่าวว่า ขอบข่ายของงานบริการนักศึกษา นั้น ประกอบด้วย การรับนักศึกษา กฎระเบียบต่างๆ การลงทะเบียน การให้ความช่วยเหลือทางการเงิน การปฐมนิเทศ การให้คำปรึกษา การวางตัวบุคคล การให้บริการพิเศษแก่นักศึกษาเฉพาะกรณี งานเกี่ยวกับอาหารและพยาบาล งานกิจการอาสา รักษาดินแดน งานหอพัก องค์การนักศึกษา งานปกครอง การประสานงานในด้าน โครงการทางวัฒนธรรมและ นันทนาการของนักศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ภาระหน้าที่หลักของมหาวิทยาลัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยเกิดผลดี งานบริการนิสิตนักศึกษา เป็นงานของบุคลากรนิสิตนักศึกษาที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กับงานด้านอื่นๆ ของงานอุดมศึกษาหลายๆ แห่ง

วิธีการดำเนินวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ที่กำลังศึกษาชั้นปี 2 - 6 ปีการศึกษา 2556 รวมจำนวนทั้งสิ้น 311 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ ยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยใช้ระดับชั้นปีที่ศึกษาเป็นชั้น(Strata) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 311 คน จากกลุ่มประชากรจำนวนทั้งสิ้น 1,352 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์คืนทั้งสิ้น 311 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการการศึกษา ใน 2 ประเด็น คือ (1) คุณลักษณะของผู้ให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการควบคุมอารมณ์ 2) ด้านความรับผิดชอบ 3) ด้านการสื่อความหมาย 4) ด้านจิตสำนึกในการบริการ รวม 40 ข้อ และ (2) การให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา ซึ่ง

ประกอบด้วย 3 หน่วยงาน ดังนี้ 1) หน่วยงานนิเทศสัมพันธ์การศึกษา 2) หน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา 3) หน่วยทะเบียนและประมวลผลการศึกษา รวม 31 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งฉบับ 71 ข้อ และตอนท้ายเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.960

3. การวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายการวิจัยข้อ 2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ตัวแปรเพศ และระดับชั้น (ชั้นปริคลินิกและชั้นคลินิก) วิเคราะห์โดยการทดสอบที (t-test for independent samples) ส่วนตัวแปร จำนวนการให้บริการงานบริการการศึกษา ใช้วิเคราะห์การหาค่าเอฟ (F-test) โดยการหาความแปรปรวนแบบทางเดียว ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ปรากฏผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. นักศึกษาแพทย์มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา ในประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับประเด็นการให้บริการของหน่วยงานบริการนักศึกษาแพทย์ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา โดยรวมและในแต่ละด้าน จำแนกตามเพศ ระดับชั้น และจำนวนการเข้าใช้บริการ พบว่า 1) นักศึกษาแพทย์ชาย และนักศึกษาแพทย์หญิง ในประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการการศึกษา โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน สำหรับประเด็นการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา นักศึกษาแพทย์ชายและนักศึกษาแพทย์หญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษาโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายหน่วย พบว่า หน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนหน่วยอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง 2) นักศึกษาแพทย์ระดับชั้นที่แตกต่างกัน ในประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการการศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสื่อความหมาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง สำหรับประเด็นด้านการให้บริการของงานบริการการศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายหน่วย พบว่า หน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนหน่วยอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง 3) นักศึกษาแพทย์ที่มีจำนวนการเข้าใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา โดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมและในแต่ละด้าน จำแนกตามเพศ ระดับชั้น และจำนวนการเข้าใช้บริการ

การให้บริการ ของงานบริการการศึกษา	เพศ		ระดับชั้น		จำนวนการเข้าใช้บริการ (สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง, เดือนละ 1-2 ครั้ง หรือ ภาคการศึกษาละ 1-2 ครั้ง)	
	(ชาย-หญิง)		(ปรีคลินิก-คลินิก)			
	t	p	t	p	F	p
1. ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ						
1.1 ด้านการควบคุมอารมณ์	1.87	0.263	2.65	0.083	0.754	0.471
1.2 ด้านความรับผิดชอบ	1.64	0.102	2.73	0.060	0.100	0.905
1.3 ด้านการสื่อความหมาย	0.84	0.379	1.41*	0.033	0.041	0.960
1.4 ด้านจิตสำนึกในการบริการ	0.62	0.525	2.95	0.157	0.289	0.749
รวม	1.17	0.241	1.19	0.084	0.289	0.811
2. ด้านการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา						
2.1 หน่วยนิเทศสัมพันธ์การศึกษา	0.93	0.353	1.19	0.232	0.054	0.947
2.2 หน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา	2.25*	0.024	2.49*	0.013	1.561	0.212
2.3 หน่วยทะเบียนและประมวลผลการศึกษา	0.45	0.639	1.47	0.149	1.376	0.254
รวม	1.50	0.133	2.04	0.415	0.195	0.823

* $p < 0.05$

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ใน 2 ประเด็น คือ ประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการ และประเด็นการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา ผู้วิจัยอภิปรายผลเป็นรายด้าน ดังนี้

1.1 ประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการ จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาแพทย์มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากร มีความรู้ความสามารถถึงประสิทธิภาพการให้บริการทางการศึกษา มีความอดทนอดกลั้น และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ทำให้เกิดการบริการที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน มีความรับผิดชอบ สื่อความหมายได้ชัดเจน ตลอดจนมีจิตสำนึกในการบริการกับนักศึกษาแพทย์และให้การบริการกับนักศึกษาแพทย์อย่างเสมอภาค และทั่วถึง ซึ่งนักศึกษาแพทย์ได้มีความคิดเห็นเพิ่มเติมในข้อคำถามปลายเปิด ว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการดี ให้ข้อมูลตอบคำถามครบถ้วน สามารถแนะนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ดี รับฟัง และเอาใจใส่ช่วยเหลือนักศึกษาแพทย์เป็นอย่างดี และงานบริการการศึกษาให้บริการดี รวดเร็ว ประทับใจ และสบายใจทุกครั้งที่ได้มาติดต่อกับงานบริการการศึกษา

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผกาพันธ์ โสตามุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อคุณภาพการให้บริการทางการศึกษาของสำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการทางการศึกษาของสำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในระดับมากที่สุด

1.2 ประเด็นการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า นักศึกษาแพทย์มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหน่วยงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกการเรียนการสอนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานยังมีนโยบายในการจัดการการให้บริการการศึกษานักศึกษาแพทย์อย่างเสมอภาค เสมอ ยุติธรรม ไม่จำกัดเพศ วัย แม้จะมารับบริการการศึกษาในครั้งแรกหรือเป็นประจำก็ตาม หน่วยงานก็ยังคงให้บริการที่เท่าเทียมกันทุกครั้ง และยังคำนึงถึงความสำคัญของข้อมูลที่มีประโยชน์ในการจัดการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักศึกษาแพทย์ นอกจากนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาติ เนินทอง (2554) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาแพทย์ที่มีต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า

2.1 นักศึกษาแพทย์ชายและนักศึกษาแพทย์หญิง มีความพึงพอใจต่อประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหน่วยงานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดวิธีการให้บริการการศึกษากับนักศึกษาแพทย์ ในเรื่องการสนับสนุนส่งเสริมในการจัดการศึกษา ให้มีกระบวนการจัดระบบการบริการ ให้มีความเสมอภาคไม่จำกัดเพศชายหรือเพศหญิง หน่วยงานเน้นหนักในการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ นักศึกษาแพทย์ยังมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ ดังต่อไปนี้ งานบริการการศึกษาให้บริการดี และรวดเร็ว ประทับใจ และมีความรู้สึกสบายใจทุกครั้งที่ได้มาติดต่อกับงานบริการการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาแพทย์อย่างครบถ้วน

สำหรับประเด็นการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา นักศึกษาแพทย์ชายและนักศึกษาแพทย์หญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ พบว่า หน่วยงานนิเทศสัมพันธ์การศึกษา หน่วยทะเบียนและประมวลผลการศึกษา และโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การให้บริการของงานหน่วยนิเทศสัมพันธ์การศึกษา หน่วยทะเบียนและประมวลผลการศึกษา มีมาตรฐานในการให้บริการกับนักศึกษาแพทย์อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติว่าจะเป็นเพศใด ระดับชั้นปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา เผือกทอง (2550) ได้ ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า นิสิตชายและนิสิตหญิง มีความคิดเห็นต่อการจัดการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย โดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

ส่วนหน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ นักศึกษาแพทย์หญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่านักศึกษาแพทย์ชาย ในขณะที่นักศึกษาแพทย์ชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย และอาจเป็นเพราะนักศึกษาแพทย์ชายและนักศึกษาแพทย์หญิงมีความคาดหวังต่อการบริการการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งผลปรากฏออกมาแล้วไม่ได้ตรงกับความต้องการของนักศึกษาแพทย์เท่าที่ควร ฉะนั้น จึงทำให้เกิดความพึงพอใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณวิมล จงจรัสกุล (2551) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการบริการของงานทะเบียนและวัดผล พบว่า นักศึกษาเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการงานทะเบียนและวัดผล โดยรวมแตกต่างกัน

2.2 นักศึกษาแพทย์ระดับชั้นปริคลินิกและชั้นคลินิก มีความพึงพอใจต่อประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการ พบว่า ด้านการควบคุมอารมณ์ ด้านความรับผิดชอบ ด้านจิตสำนึกในการบริการ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ งานบริการการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล มีการดำเนินการให้บริการกับนักศึกษาแพทย์โดยไม่จำกัดไม่ว่าจะเป็นชั้นปีใด หน่วยงานก็ยังคงให้บริการในมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งมีมติมาจากการจัดประชุมปรึกษาหารือกันภายในหน่วยงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่การศึกษาทุกคน ได้ทราบถึงข้อตกลงของการปฏิบัติงาน หรือปัญหาและอุปสรรคของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในแต่ละบุคคลเป็นประจำทุกเดือน เพื่อนำข้อมูลหรือปัญหาที่พบเจอมาปรับปรุงการบริการการศึกษาให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง พยายามที่จะให้นักศึกษาแพทย์ได้รับการบริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ สอดคล้องตรงกับความต้องการของนักศึกษาแพทย์อย่างครบถ้วน

สำหรับประเด็นด้านการให้บริการของหน่วยงานบริการศึกษา นักศึกษาแพทย์ชั้นปริคลินิกและชั้นคลินิก มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา ของหน่วยนิเทศสัมพันธ์การศึกษา หน่วยทะเบียนและประมวลผลการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ งานบริการการศึกษามีลำดับขั้นตอนการดำเนินการให้บริการที่ชัดเจน เข้าใจง่าย สามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวก และหากมีข้อบกพร่องประการใด หน่วยงานก็มินำข้อมูล ข้อบกพร่องดังกล่าวมาประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุง และประกอบกับการให้บริการกับนักศึกษาแพทย์ทุกชั้นปีโดยไม่จำกัด และไม่เลือกปฏิบัติกับผู้หนึ่งผู้ใดเป็นพิเศษ ให้บริการที่มีมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแสงแข โคละทัต (2554) เรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการให้บริการของกองบริการการศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พบว่า นักศึกษาชั้นปีต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของกองบริการการศึกษาโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

ส่วนหน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา นักศึกษาแพทย์ชั้นปริคลินิกและชั้นคลินิก มีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ หน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา จัดการเรียนการสอนวิชาเวชศาสตร์ชุมชนสำหรับนักศึกษาแพทย์ชั้นปี 4 และชั้นปี 6 รวมถึงโครงการโรงพยาบาลร่วมสอนชั้นปี 6 จึงเห็นได้ว่าหน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา เป็นหน่วยงานที่ให้การบริการทางการศึกษากับนักศึกษาแพทย์ชั้นคลินิกเป็นหลัก สำหรับนักศึกษาแพทย์ชั้นปริคลินิกหน่วยบริหารเครือข่ายจะยังไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์หรือให้บริการกับนักศึกษาแพทย์โดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพรณ์ ดอนหัวล่อ (2550: 40) ทำการวิจัยเรื่อง

ความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาตรีต่อการให้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม พบว่า นักศึกษาที่มีระดับชั้นปีที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมแตกต่างกัน

2.3 นักศึกษาแพทย์ที่มีจำนวนการเข้าใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษา ในแต่ละด้านและโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะงานบริการการศึกษามีการจัดการบริการการศึกษาให้กับนักศึกษาแพทย์ อย่างสม่ำเสมอ สม่าเสมอ ยุติธรรม ไม่จำกัดเพศ วัย หรือการมารับบริการการศึกษาในครั้งแรก หรือเป็นประจำ หน่วยงานก็ยังคงให้บริการที่เท่าเทียมกันทุกครั้ง ทั้งนี้ถือได้ว่าเจ้าหน้าที่การศึกษาที่ทำหน้าที่การให้บริการทางการศึกษานั้น มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งไม่ว่านักศึกษาแพทย์จะเข้ามาใช้บริการมากน้อยเพียงไรก็ตาม ก็ยังได้รับการบริการแบบเดียวกัน ประกอบกับความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักศึกษาแพทย์ คืองานบริการการศึกษาให้บริการดี และรวดเร็วประทับใจ และสบายใจทุกครั้งที่ได้มาติดต่อทำงานบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อร์ทัย แก้วทิพย์ (2553) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พบว่า นักศึกษาที่มีอัตราการใช้บริการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ประเด็นคุณลักษณะของผู้ให้บริการ ด้านการควบคุมอารมณ์ และด้านความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่าเมื่อเทียบกับข้ออื่นๆ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยกัน ดังนั้น เห็นควรเน้นให้มีการจัดประชุม อบรม หรือการฝึกปฏิบัติด้านอารมณ์และ การฝึกตั้งสติให้มั่นคง ทำใจให้สงบ หรือจัดให้มีการเพิ่มพูนความรู้ในด้านอื่นๆ ให้กับบุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการ
2. ประเด็นการให้บริการของหน่วยงานบริการการศึกษา สำหรับหน่วยบริหารเครือข่ายการศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่าเมื่อเทียบกับหน่วยอื่นๆ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยกัน ดังนั้น เพื่อให้การบริการมีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาแพทย์ เห็นควรให้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน และควรปรับปรุงด้านข้อมูลข่าวสารในเวปไซด์ของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดลให้มีความทันสมัยและตอบสนองความต้องการของนักศึกษาแพทย์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการสำรวจหรือศึกษาทัศนคติต่อการได้รับบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการทุกประเภทอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้รับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการที่สมบูรณ์มากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของบุคลากร ในหน่วยงานบริการการศึกษาคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
3. ควรมีเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานบริการการศึกษากับหน่วยงานบริการการศึกษา หรือหน่วยงานที่ให้บริการกับนักศึกษาแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ ของสถาบันต่างๆ

รายการอ้างอิง

- กุลธน ชนาพวงสร. 2530. **ประโยชน์และการบริการ**. เอกสารการสอนชุดวิชาบริหารงานบุคคลในสาขาวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา. พิมพ์ครั้งที่ 7: ม.ป.ท.
- ทองเรือน อมรัชกุล. 2525. **การบริหารกิจการนักศึกษา: ทฤษฎีและแนวปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : กรมการฝึกหัดครู.
- ทันดร ธนะกุลบริษัท. 2552. **มาตรฐานการให้บริการ (คู่มือ การจัดการความรู้: 2552)**. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2553. **การบริหารงานวิชาการ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- ปาริชาติ เนินทอง 2554. “ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.” กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ผกาพันธ์ ไสดามุข. 2552. “ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อคุณภาพการให้บริการทาง
การศึกษาของสำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.” สังคมสงเคราะห์ศาสตร์
มหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยมหิดล คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. 2556. **คู่มือนักศึกษาแพทย์ประจำปีการศึกษา 2556**.
กรุงเทพฯ : คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล.
- วรรณวิมล จงจรัสกุล. 2551. “รายงานการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการบริการของงานทะเบียนและวัดผล.”
กรุงเทพฯ : วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- วราพรณ์ ดอนหัวหล่อ. 2550. “ความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาตรีต่อการให้บริการของสำนักวิทยบริการและ
เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.” กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ราชภัฏจันทรเกษม.
- วิทยา ดำนัธรังกุล. 2545. **บริการบานใจ**. กรุงเทพฯ : มติชน.
- สมิต สัจฉกร. 2548. **ศิลปะการให้บริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : สายธารการพิมพ์.
- สุทธิศรี ม่วงสวย. 2550. “ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนสำนักงานบริการทาง
วิชาการและทดสอบ ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.” ปริญญานิพนธ์ กศ.ม.(การอุดมศึกษา).
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- แสงแข โคละทัต. 2554. “ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการให้บริการของกองบริหารการศึกษาสถาบันบัณฑิต
พัฒนศิลป์.” ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (สาขาวิชาการอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- อภิญา เพือกทอง. 2550. “ความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.”
ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรทัย แก้วทิพย์. 2553. “ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.” ปริญญานิพนธ์ กศ.ม (สาขาวิชาการอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

CONSUMER BEHAVIOR ON SOCIAL SHOPPING

พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับการซื้อสินค้าบนสังคมออนไลน์

Dr.Anupong Avirutha

Head of Management Department

Faculty of Business Administration, Sripatum University

E-mail: anupong.av@spu.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การศึกษาครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการซื้อขายบนสังคมออนไลน์ เพื่อที่จะได้มีความเข้าใจถึงกิจกรรมและรูปแบบการเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้ยังเป็นการทดสอบสิ่งที่เป็นโอกาสและความท้าทายของธุรกิจสำหรับการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ การศึกษาใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 250 คน พบว่าร้อยละ 30 มีการใช้จ่ายอยู่ที่ 500 บาท ต่อการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ขณะที่ร้อยละ 28.4 ใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 501-1,000 บาท ร้อยละ 30.4 ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 6.8 ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 2,001-3,000 บาท และ ร้อยละ 4.4 ใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทต่อครั้ง ผู้บริโภคมีโดยมากพิจารณาในการเลือกซื้อสินค้าด้วยการถามบุคคลอื่น ๆ บนสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ การอ่านรีวิว คำวิจารณ์ และข้อคิดเห็นจากลูกค้าด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 31.6 ถัดมาเป็นการเปรียบเทียบระหว่างผู้ขายแต่ละราย คิดเป็นร้อยละ 17.2 และสุดท้ายเป็นการเปรียบเทียบราคา คิดเป็นร้อยละ 14.4 ระบบการซื้อขายบนสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญและเป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างยอดขาย และเป็นที่เริ่มต้นสำหรับการหาผู้ขายหรือสินค้าที่ดี ธุรกิจสามารถใช้ข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่บนออนไลน์ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและทำการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ: การซื้อขายบนระบบสังคมออนไลน์, สื่อสังคม, ธุรกิจสังคมออนไลน์, พฤติกรรมผู้บริโภค

ABSTRACT

The main objective of this study is to study consumers' social shopping behavior in order to provide an understanding of online social shopping activity. Additionally, to examine what opportunities and challenges the businesses meet when utilizing them to create business strategies. A total of 250 usable questionnaires are obtained. The study finds that the average spending for social shopping each time that the respondents spend each times on social shopping. 30.0% report that they spend less than 500 baht each times for social shopping; 28.4% report that they spend 501-1,000 baht each times for social shopping; 30.4% report that they spend 1,001-2,000 baht each times for social shopping; 6.8% report that they spend 2,001-3,000 baht each times for social shopping; and 4.4% report that they spend over 3,000 baht each times for social shopping. Consumers

have considered when social shopping of how and where they purchase that is asking question to social network sites is the number one factor driving consumers' buying habits (36.8%), followed by reading review comments and opinion on social shopping sites (31.6%), comparing sellers (17.2%), and comparing price (14.4%). For business purpose, it is very important that social media can be a great tool to boost online sales if used properly. Social shopping is where people come across new sellers and products. The business can analyze their online customers' behavior and use that information to improve businesses' strategies.

KEYWORDS: Social shopping, Social media, Social commerce, Consumer behavior

INTRODUCTION

Social media has increasingly become a constant in daily basis. Many people reach out to friends or family through social media. Moreover, social media becomes a commerce channel. This new type of online shopping community integrates online activities including social networking and online shopping, by engaging in the practice of online word of mouth (WOM) (Schneider, 2006). Using social shopping, consumers can take the advantage of product searching in term of learning what popular, exchanging shopping ideas are with others based on reviews and recommendations (Gordon, 2007). This research aims to study consumers' social shopping behavior in order to provide an understanding of online social shopping activity.

BACKGROUND FOR THE STUDY AND STATEMENT OF THE PROBLEM

Why should businesses focus on social shopping? Since the world of business is smaller than ever before and competitive environment, businesses must constantly explore new technologies, innovations, and services in order to respond to evolving markets, technology and economic conditions. Moreover, the growths of the technology, especially the Internet and the revolution of website have created a new interest in the information technology development and business strategy. Moreover, consumers are increasingly making decisions in computer-mediated environments since social media has offered a useful and essential interactive media tool and platform for communication, information search, and especially shopping.

As a professional marketer, social media has provided people to create online communities making it easier to network with others, which satisfy some of our deepest social wants and needs. Social media tools have become excellent channels for marketers to reach consumers. A company that uses social media attempts to create relationships with the consumers and the business. Social media additionally have made it easy for consumers to post product reviews and reach out to other like-minded individuals in their communities. That consumers can reach out to companies and their personal communities via social media has created a power shift between companies and consumers. As social media penetrates consumers' daily life, before they make any purchase, they are increasingly reaching out to their social media communities for opinions and reviews

(Drell, 2011). Consumers often want others' opinions about items before they make a commitment to purchase either in stores or on the web. In other words, social commerce provides customers with the means to virtually interact with one another in order to make better purchase decisions. Therefore, social shopping is the intriguing offspring of social networking and online shopping, and it can offer the growing business and building buzz that leads to sales, which the accessible form of word-of-mouth marketing offers a wealth of opportunities for businesses with limited budgets. However, most e-tailers (electronic retailer) still do not make social navigation or community-based web channels available. The navigation systems enable consumers to interact socially and search, share, and shop with others who have similar preferences and interests without leaving the screen.

OBJECTIVES

This research aims to study consumers' social shopping behavior in order to provide an understanding of online social shopping activity and providing theoretical and conceptual foundations for further understanding online shoppers and their shopping behavior.

RELATED LITERATURES AND RELEVANT RESEARCHES

Social Shopping

The increasing recognition of the role of social interactions among consumers as an important selling channel has derived the implications of these interactions in numerous settings, including online retailing. Social media such as YouTube and sites with blogging capabilities, such as Facebook, MySpace and Twitter, are growing rapidly and frequently feature comments about brands and products. Moreover, consumers increasingly rely on and are interested in product information recommendations (Cheong & Morrison, 2008).

Social shopping is the combination of social media and e-commerce (electronic commerce). Social shopping is interdependencies in which consumers' choices influence others' choices in a direct and meaningful way. Social shopping sites integrate social aspects such as product sharing into the shopping experience. Social shopping started with a brand having a Facebook page, Twitter handle, using sharing buttons on their retail website. However, an extension of Web 2.0 social media and mobile device capability, social shopping fills a basic desire for social interaction and decision support. Social shopping specifically helps consumers mitigate the isolation inherent to most online activities. Social shopping intends to build the social aspects of in-store shopping, making it feel more like a collective activity. Social shopping is an online community-based e-commerce website that brings together products from a vast array of stores into one social media platform. Therefore, social shopping works on the social media platform and activity in the social media platform.

When shopping at a regular online retailer website, people browse through the same products as everyone sees (same template) and are forced to decide what to buy on their own also known as an isolated buying experience. However, social shopping allows people browse through product specifically for them that

are filled with products posted or made popular by other users. This helps to confirm and increase their purchase decisions. It is more likely to have friend collaborative buying experience.

Typically, social media is used in order to place deals to create a sense of urgency among consumers, which should result in increased consumption rates, shorter searches, and greater satisfaction with the purchase. Moreover, online consumer-to-consumer communications may serve an important role in moving a consumer closer to a positive purchase decision. During social shopping, the consumer is informed about products and becomes familiar with how markets function. When shopping information or an experience is communicated to one's friends and acquaintances, the comments or opinions made by these significant others influence the consumer's consumption related self-confidence (Folkes & Kiesler, 1991).

Online Shopping Behaviors

The concept of involvement has yielded rich results for retail marketing strategy. The influence of product involvement prompts various research questions because the consumers' level of product involvement influences information searching behaviors and the purchasing decision process. In online retailing contexts, consumers will only be able to physically inspect a product after a purchase. In order to obtain additional information, consumers may rely on others' purchases as a screening device (Rabinovich 2007).

Online shoppers are more likely to search for product information. According to Bellman, Lohse, and Johnson (1999), the information search on the Internet is the most important predictor of online shopping behavior. Online consumers are spending time to get product information before they made a purchasing decision (Ward & Lee, 2000). Typically, with online shopping, consumers think that attractive factors are comparing price and wider choices. In a current study, consumers compared the price and brand of products through the different websites (Ray, 2007). Moreover, Donthu and Gracia (1999) find that online shoppers are economic shoppers, which are price and quality concerned, because they are usually looking for inexpensive products with excellent quality, and they are sensitive to the price of the product. Online shoppers tend to be influenced through certain channels over time among members of a social system (Rogers 1995). Consumers are likely to rely on robust content, such as ratings, reviews, and recommendations. Moreover, when consumers pay attention to others' reviews and recommendations, learning takes place, which may become valuable and helpful in their decision making.

RESEARCH METHODOLOGY

The research design is drawn from quantitative research methodology. This quantitative research is used to study the social shopping behavior. The population for this study is a social shopper who likes to shop online. The respondents are randomly selected. The participants are only people who have experiences on the online shopping via social media sites. The total sample for this study consists of 250 samplings. The participants in this study are voluntary and anonymous. Descriptive, frequency and percentage distributions are

sued to describe and report the information collected affecting to individual variables and demographic information.

RESULTS

A total of 250 usable questionnaires are obtained. Table 1 shows the distribution of usable responses by demographic; 51.6% report their gender is male and 48.4% report their gender is female. The distribution of usable responses by age; 17.6% report their age to be less than 20 year old: 35.2% report their age to be between 20 and 25: 24.0% report their age to be between 26 and 30: 14.8% report their age to be between 31 and 35: 6.0% report their age to be between 36 and 40, and 2.4% reports his/her age to be over 40. In terms of respondent's level of education, 6.0% report high school as their highest level of education. 27.2% report college/diploma as their highest level of education, 41.2% indicate they have a bachelor's degree and 25.6% indicate they have master's degrees or higher degrees. The majority of the respondents are single 115 (46.0%), 122 (48.8%) are married, 6 (2.4%) are divorced, and 7 (2.8%) are widowed.

The respondents report their income per month, 23.2% report that their income is less than 15,000 baht; 29.2% report that their income are between 15,000-20,000 baht; 12.0% report that their income are between 20,001-30,000 baht; 15.6% report that their income are between 30,001-40,000 baht; and 20.0% report that their income are over 40,000 baht.

Table 1 Frequency Distribution of Respondents by Social Shopping Shoppers

Demographic		Frequency	Percentage
Gender	Male	129	51.6
	Female	121	48.4
Age	< 20	44	17.6
	20-25	88	35.2
	26-30	60	24.0
	31-35	37	14.8
	36-40	15	6.0
	> 40	6	2.4
Education	High school	15	6.0
	College	68	27.2
	Bachelor	103	41.2
	Master or higher	64	25.6
Status	Single	115	46.0
	Married	122	48.8

	Divorced	6	2.4
	Widowed	7	2.8
Income	< 15,000	58	23.2
	15,000-20,000	73	29.2
	20,001-30,000	30	12.0
	30,001-40,000	39	15.6
	> 40,000	50	20.0

Table 2 shows the average spending for social shopping each time that the respondents spend each times on social shopping. 30.0% report that they spend less than 500 baht each times for social shopping; 28.4% report that they spend 501-1,000 baht each times for social shopping; 30.4% report that they spend 1,001-2,000 baht each times for social shopping; 6.8% report that they spend 2,001-3,000 baht each times for social shopping; and 4.4% report that they spend over 3,000 baht each times for social shopping. The table 2 also shows the frequency social shopping. 2.4% have social shopping frequency once in three to six months; 26.4% have social shopping frequency once in three months; 30.0% have social shopping frequency once a month; 24.0% have social shopping frequency more than once in a month; 12.0% have social shopping frequency everyday; and 5.2% have social shopping frequency more than once a day. Approximately twenty-one percent of consumers have shopped social online for cosmetic, followed by digital content (19.2%), apparel and accessory (17.6%), vitamin and supplement (15.6%), computer and gadget (10.4%), flower (8.0%), and consumer electronics and appliance (7.6%).

Consumers have considered when social shopping of how and where they purchase that is asking question to social network sites is the number one factor driving consumers' buying habits (36.8%), followed by reading review comments and opinion on social shopping sites (31.6%), comparing sellers (17.2%), and comparing price (14.4%). Most consumers find online influencers motivate their purchasing (20.8%); 18.8% report that recommendations from others on online sites; followed by product review (16.4%); great deal (14.0%); convenience (11.2%); low price (10.8%); and new product (8.0%). Reason for consumers to drop out of an shopping online purchase are many negative feedbacks (21.6%); no product review (22.4%); do not have enough payment option (19.6%); high shipping cost (12.8%); high product price (12.0%); and complex checkout process (11.6%).

Table 2 Frequency Distribution of Respondents by Social Shopping Behavior

Shopping Behavior		Frequency	Percentage
Average social shopping spend each times	< 500	75	30.0
	501-1,000	71	28.4
	1,001-2,000	76	30.4
	2,001-3,000	17	6.8
	> 3,000	11	4.4
Social Shopping Frequency	Once in three - six months	6	2.4
	Once in three months	66	26.4
	Once a month	75	30.0
	More than once in a month	60	24.0
	Everyday	30	12.0
	More than once a day	13	5.2
Product	Digital content	48	19.2
	Consumer electronic/appliance	19	7.6
	Flower	20	8.0
	Cosmetic	54	21.6
	Computer and gadget	26	10.4
	Apparel and accessories	44	17.6
	Vitamin and supplement	39	15.6
Prior to purchasing	Comparing seller	43	17.2
	Comparing price	36	14.4
	Reading review	79	31.6
	Asking question	92	36.8
Reason to purchasing	Great deal	35	14.0
	Low price	27	10.8
	Convenience	28	11.2
	Influencer	52	20.8
	Recommendation	47	18.8
	Product review	41	16.4
	New product	20	8.0
Reason to abandon	Shipping cost and condition	32	12.8

	High product price	30	12.0
	No product review	56	22.4
	Complex checkout process	29	11.6
	Don't have enough payment option	49	19.6
	Many negative feedbacks	54	21.6

Discussions and Recommendations

The study explores the information of the extent of the shoppers on social shopping and their behavior. Online shopping is an important part of the business environment and used as a distribution channel by many businesses. The internet is changing the way consumers shop and purchase products and services both online and offline commerce. It also has rapidly evolved into the global phenomenon. While consumers found the website design important for a decade ago, but most social shopping shoppers today agree that product reviews, recommendations, and influencer influence their purchase. Social commerce, the concept of using social media to drive sales, is becoming more and more popular among online businesses.

People do not only use social media to connect with other people anymore. Social media plays an important role in determining what and how consumers will buy, more resources are being devoted to formulating social media marketing strategies to captivate consumers and facilitate product sales. Therefore, the business is better find a way to communicate the product content provided consumers with the reviews because reading what others have experiences on the products is one of the most influential factors the social shopping. For business purpose, it is more important that social media can be a great tool to boost online sales if used properly. Social shopping sites are sources of business inspiration and product discovery. Social shopping is where people come across new sellers and products.

The findings contribute for further research, which the researcher will be used the results to further examine the antecedents and consequences of social shopping. The further research framework will define the drivers, practices and measurable performance outcomes, which particularly focus on value creation and delivery in the value chain in the increasingly connected strategies of business, and become establishing a framework of social media integrated marketing model. Furthermore, the digitalization of shopping also means that customer data is useful, allowing the business can analyze their online customers' behavior and use that information to improve businesses' strategies.

REFERENCES

- Bellman, S., Lohse, G., & Johnson, E. 1999. "Predictors of Online Buying Behavior." **Communications of the ACM**. 42, 12: 32-38.
- Cheong, H. J., & Morrison, M. A. 2008. "Consumers' Reliance on Product Information and Recommendations found in UGC." **Journal of Interactive Advertising**, 8, 2: 1-29.
- Donthu, N. and Garcla, A. 1999. "The Internet Shopper." **Journal of Advertising Research**. 39, 52-58.
- Drell, L. 201. **9 Digital Marketing Lessons from Top Social Brands**. Mashable.
- Folkes, V. S. & Tina, K. 1991. **Social Cognition: Consumers' Inferences about the Self and Others**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Gordon, K. T. 2007. "The Power of Social Shopping Networks." Retrieved September 29, 2014, from <http://www.entrepreneur.com/marketing/onlinemarketing/article174746.html>.
- Rabinovich, E. 2007. "Linking E-Service Quality and Markups: The Role of Imperfect Information in the Supply Chain," **Journal of Operations Management**. 25, 1: 14-41.
- Ray, M. 2007. **Needs, Motives, and Behaviors in Computer-Mediated Communication: An Inductive Exploration of Social Networking Websites**. Proceeding of The International Communication Association. San Francisco, CA.
- Rogers, E. M. 1995. "Diffusion of Innovations (4th ed.)." New York: Free Press.
- Ward, M.R., & Lee, M.J. 2000. "Internet Shopping, Consumer Search and Product Branding." **Journal of Product & Brand Management**. 9, 1: 6 – 20
- White, S.S. and Schneider, B. 2000. "Climbing the Commitment Ladder: The Role of Expectations Disconfirmation on Customers' Behavioral Intentions." **Journal of Service Research**. 2, 3: 240-253.

**การสูญเสียที่ดินที่มีความเหมาะสมทางการเกษตร
ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
ARABLE LAND LOSS IN BANG BUA THONG DISTRICT,
NONTHABURI PROVINCE**

สุมาลีณี สาดสำง

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail: sumaline.s@outlook.co.th

บทคัดย่อ

การศึกษา “การสูญเสียที่ดินที่มีความเหมาะสมทางการเกษตรในเขตชานเมือง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรภายใต้อิทธิพลจากการขยายตัวของกรุงเทพมหานครในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2534-2554 โดยเลือกอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ข้อมูลภาพถ่ายทางอากาศ ข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียม ข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม การสังเกต และใช้วิธีการซ้อนทับข้อมูลเชิงพื้นที่ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า ในปีพ.ศ. 2534 การใช้ที่ดินในอำเภอบางบัวทองส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรร้อยละ 76.54 ประกอบด้วย ที่นา สวนไม้ผล และสวนผัก โดยที่นาเป็นพื้นที่ที่ดินที่มีสัดส่วนมากที่สุด ในปีพ.ศ. 2545 การใช้ที่ดินทางการเกษตรลดลงเหลือเพียงร้อยละ 49.20 และในปีพ.ศ. 2554 การใช้ที่ดินทางการเกษตรลดลงเหลือร้อยละ 40.29 ส่วนการใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตรก็มีพื้นที่มากขึ้นจากร้อยละ 23.46 ในปีพ.ศ. 2534 เป็นร้อยละ 50.80 ในปีพ.ศ. 2545 และร้อยละ 59.71 ในปีพ.ศ. 2554 โดยที่ร้อยละใช้ประโยชน์และบ้านจัดสรรเป็นพื้นที่ที่ดินนอกภาคการเกษตรที่มีพื้นที่เพิ่มมากขึ้นที่สุด

คำสำคัญ : การขยายตัวของเมือง การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตร เขตชานเมือง

ABSTRACT

The study “Arable land loss in suburban” has an objective to study agricultural land use changes under the influence of Bangkok urbanization between 1996-2011. A case study is Bang Bua Thong district, Nonthaburi province. The data used in the study are aerial photographs, satellite imageries, data collected by field survey and field observation. The research method is spatial overlay by geographic information systems. The result of the study in 1996 agricultural land use became the major land use covering 76.54 % composing paddy fields, orchards and vegetable gardens. Among them, paddy fields occupied major proportion. In 2002 agricultural land use had had decreased to 49.20% and in 2011 agricultural land use had had decreased to 40.29%. While had increased from 23.46% in 1996 to 50.80% in 2002 and to 59.71% in 2011. The vacant

lands for future development and housing projects are non-agricultural land use have most increase area.

KEYWORDS: urbanization, agricultural land use changes, suburban

บทนำ

ดินหรือที่ดินเป็นทรัพยากรธรรมชาติพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะการเพาะปลูกพืชอาหารที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต จากความแตกต่างทางพื้นที่ส่งผลให้ดินในแต่ละบริเวณแตกต่างกันตามไปด้วย ซึ่งมีดินเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มีความเหมาะสมสามารถทำการเกษตรได้ ดังนั้นที่ดินที่มีความเหมาะสมทางการเกษตรจึงมีจำนวนจำกัด สำหรับประเทศไทยบริเวณภาคกลางถือได้ว่าเป็นบริเวณที่มีความเหมาะสมกับการทำการเกษตรทั้งทางด้านลักษณะภูมิประเทศและทำเลที่ตั้ง เนื่องจากเป็นบริเวณที่เกิดจากการตกตะกอนทับถมกันของดินที่ถูกพัดพามากับแม่น้ำ ก่อให้เกิดเป็นที่ราบน้ำท่วมถึงที่มีความอุดมสมบูรณ์ ประกอบกับมีการแตกแขนงของแม่น้ำสายหลักและแม่น้ำสาขาซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการทำการเกษตร นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้กับแหล่งตลาดขนาดใหญ่ มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการทำการเพาะปลูก แต่ในขณะเดียวกันพื้นที่การเกษตรที่อยู่ใกล้เมืองก็ต้องประสบปัญหาจากการขยายตัวของเมืองด้วยเช่นกัน ทั้งนี้การเจริญเติบโตของเมืองส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมืองบุกรุกพื้นที่เกษตรกรรมในเขตชานเมือง ที่ดินทางการเกษตรถูกนำไปใช้ในกิจกรรมนอกภาคการเกษตรที่เกี่ยวข้องกับเมืองแทน ซึ่งเป็นการใช้ที่ดินที่ไม่เหมาะสมกับศักยภาพของดิน (Bryant, 1986) การเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศในทุกๆ ด้านของกรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดการย้ายถิ่นเข้าของประชาชนจำนวนมาก ทำให้ความต้องการที่ดินเพื่ออยู่อาศัยหรือประกอบการค้าและบริการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (กาญจนา ตั้งชลทิพย์, 2550) ที่ดินทางการเกษตรกลายเป็นพื้นที่เป้าหมายรองรับการขยายตัวของเมือง เนื่องจากที่ดินมีราคาถูกและมีศักยภาพในการพัฒนา ส่งผลให้พื้นที่การเกษตรของจังหวัดสมุทรปราการ ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรสาคร และนครปฐม กลายเป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร (Mekvichai, et al., 1990) อิทธิพลของเมืองโตเดี่ยวอย่างกรุงเทพมหานครส่งผลให้บริเวณโดยรอบกลายเป็นพื้นที่เมืองขนาดใหญ่ Extended Bangkok Metropolitan Region: EMBR (Greenberg, 1994) ทำให้เกิดการสูญเสียที่ดินที่มีความเหมาะสมทางการเกษตรในเขตชานเมือง

จากการศึกษาอิทธิพลการขยายตัวของเมืองในเขตหนองแขม หนองจอก ราษฎร์บูรณะ และประเวศ พบว่า พื้นที่การเกษตรไม่สามารถต้านทานการขยายตัวของเมืองที่บุกรุกเข้ามาได้ เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจากที่ดินเพื่อการเกษตรเป็นการใช้ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย อุตสาหกรรม การค้า และบริการแทน อันเป็นการสูญเสียพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีศักยภาพในการทำการเกษตรไป (สุริรัตน์ ณ นคร, 2526; ชัยย์ ปลอดดี, 2530; ฤดีกร ทับทิมทอง, 2536; วรัญญา แตรวิจิตร, 2538) ซึ่งอิทธิพลการขยายตัวของเมืองยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยจากการศึกษาของ ศรีกฤษณาภรณ์ พิบูลย์ (2537) พันธวัช สัมพันธ์พานิช (2541) และพรนิภา อ่อนเกิด (2550) ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีฝั่งตะวันออกพบว่า การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร และการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าบริการ ส่งผลให้การใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรที่ได้ผลตอบแทนน้อยกว่าผลตอบแทนจากกิจกรรมของเมืองไม่สามารถต้านทานการบุกรุกของเมืองได้ เกิดการสูญเสียที่ดินที่มีความเหมาะสมทาง

การเกษตรเช่นเดียวกัน โดยส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนแปลงจากการใช้ที่ดินทางการเกษตรเป็นการใช้ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย โดยเฉพาะบ้านจัดสรรที่เข้าไปแทนที่พื้นที่เกษตรเดิม ดังที่พบในเขตหนองแขม หนองจอก ประเวศ ตลอดจนพื้นที่จังหวัดนนทบุรีฝั่งตะวันออก ส่วนในเขตรายบุรณะพบว่าการใช้ที่ดินทางการเกษตรถูกแทนที่ด้วยอุตสาหกรรมในสัดส่วนที่มากที่สุด เนื่องจากเขตดังกล่าวอยู่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีความเหมาะสมในการใช้เป็นเส้นทางขนส่งวัตถุดิบและกระจายสินค้าของกิจการอุตสาหกรรม จึงมีการเพิ่มขึ้นของที่ดินเพื่อการอุตสาหกรรมมากกว่าบ้านจัดสรรแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ

จะเห็นได้ว่าปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรอันเนื่องมาจากการขยายตัวของกรุงเทพมหานครนั้น ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและขยายตัวครอบคลุมพื้นที่ในหลายจังหวัดมากขึ้น ซึ่งเป็นการใช้ที่ดินที่ไม่เหมาะสมกับศักยภาพ และเป็นการสูญเสียที่ดินที่มีความเหมาะสมในการทำเกษตรที่เป็นแหล่งผลิตอาหารเลี้ยงดูประชากรตลอดจนเป็นสินค้าส่งออกที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ ตลอดจนเป็นพื้นที่สีเขียวให้กับเมือง แต่เนื่องจากนโยบายในการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นไปที่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ปัญหาดังกล่าวจึงถูกมองข้ามและไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรในปัจจุบัน จึงเป็นประเด็นปัญหาที่น่าสนใจในการทำการศึกษาค้นคว้าหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไป โดยในการศึกษานี้ได้เลือกพื้นที่อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานครและเป็นบริเวณที่มีการทำการเกษตรมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งพื้นที่ของอำเภอบางบัวทองจังหวัดนนทบุรี สามารถที่จะนำมาใช้เป็นต้นแบบของเมืองที่จะมีผู้เข้ามาอยู่อาศัย และเปลี่ยนพื้นที่เกษตรไปเพื่อประโยชน์อื่นๆ ของประเทศไทยโดยเฉพาะกับจังหวัดขนาดใหญ่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรภายใต้อิทธิพลจากการขยายตัวของกรุงเทพมหานครในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2534-2554

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

เนื่องจากในบริเวณพื้นที่เมืองเดิมหรือเขตศูนย์กลางธุรกิจเป็นบริเวณที่มีการใช้ที่ดินอย่างหนาแน่นอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นการขยายตัวของกิจกรรมที่เกิดขึ้นใหม่จึงไม่สามารถแทรกตัวเข้าไปได้ และในขณะเดียวกันที่ดินในเขตเมืองมีราคาสูง อันจะส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินการเพิ่มขึ้นด้วย จากอุปสรรคดังกล่าวส่งผลให้การขยายตัวของกิจกรรมที่จะเกิดใหม่เคลื่อนย้ายออกไปสู่ชานเมืองซึ่งที่ดินส่วนใหญ่เป็นที่ดินทางการเกษตรที่ยังมีราคาต่ำแทน (Yarnasarn, 1985) นอกจากนั้นพื้นที่ชานเมืองยังมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ตลอดจนการบังคับใช้กฎระเบียบที่ไม่เข้มงวด จากปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวมาส่งผลให้เขตชานเมืองเป็นที่ต้องการของกิจการทั้งเพื่อการอยู่อาศัย อุตสาหกรรม ตลอดจนธุรกิจและการค้า เพราะเป็นที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคจำนวนมาก (Schnore, 1958) แต่การขยายตัวของเมืองก็ไม่ได้เป็นไปในลักษณะสม่ำเสมอทั่วทั้งพื้นที่เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึง ดังนั้นเมืองจึงมีการขยายตัวออกจากศูนย์กลางไปตามแนวเส้นทางของถนนเป็นหลัก (กฤษเพิ่มทันจิตต์, 2536; เสน่ห์ ญาณสาร, 2554) และในภูมิภาคเอเชียที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบขนส่งทางถนนจึงเป็นการเปิดโอกาสให้อิทธิพลของเมืองสามารถแผ่ขยายเข้าไปในพื้นที่ชานเมืองและชนบทได้ง่ายขึ้น

ก่อให้เกิดการขยายตัวของเมืองในระดับภูมิภาค ส่งผลให้พื้นที่ที่เคยเป็นชนบทเปลี่ยนเป็นพื้นที่กึ่งเมืองกึ่งชนบท (desakota) ที่มีการปะปนกันระหว่างลักษณะของความเป็นเมืองกับความเป็นชนบท (Ginsburg, 1991)

ถนนเป็นตัวแปรสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในเขตชานเมือง เนื่องจากถนนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหรือราคาของที่ดิน ซึ่งแต่เดิมราคาที่ดินเป็นผลมาจากผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ทำให้ที่ตั้งค่าขนส่ง และความสะดวกในการเข้าถึง โดยจะแปรผันไปตามระยะห่างจากใจกลางเมือง กล่าวคือ ราคาที่ดินจะลดลงตามระยะทางที่เพิ่มขึ้นจากเขตศูนย์กลางเมือง โดยในเขตชานเมืองที่มีระยะทางไกลออกมาจากใจกลางเมือง ราคาที่ดินจะเพิ่มสูงขึ้น เมื่อที่ดินบริเวณนั้นอยู่ใกล้กับถนนวงแหวนหรือถนนรัศมีจากใจกลางเมือง นอกจากนั้นที่ดินบริเวณที่เป็นจุดตัดของถนนสายหลักก็จะมีราคาที่ดินสูงขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน (Cadwallader, 1996)

การเปลี่ยนแปลงราคาที่ดินทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ที่ดิน โดยที่ดินที่มีมูลค่าสูงขึ้นจะถูกนำไปใช้ในกิจกรรมนอกภาคการเกษตรที่ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูงกว่าการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตร ทำให้พื้นที่ชานเมืองเกิดการผสมผสานระหว่างการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรและการใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตร รูปแบบการใช้ที่ดินในเขตชานเมืองจึงมีความหลากหลายและปะปนกันได้แก่ การใช้ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย การพาณิชยกรรม การอุตสาหกรรม การขนส่ง ราชการและสาธารณะ ที่ดินว่างเปล่า และที่ดินเพื่อการเกษตร (Clark, 1999)

วิธีการดำเนินงานวิจัย

เป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรในช่วงปีพ.ศ. 2534-2554 โดยการเปรียบเทียบรูปแบบการใช้ที่ดินในแต่ละช่วงเวลา ได้แก่ 1) รูปแบบการใช้ที่ดินปีพ.ศ. 2534 2) รูปแบบการใช้ที่ดินปีพ.ศ. 2545 และ 3) รูปแบบการใช้ที่ดินปีพ.ศ. 2554 ด้วยโปรแกรมทางระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) โดยการแปลภาพถ่ายทางอากาศและ ข้อมูลดาวเทียมร่วมกับการสำรวจภาคสนามและการสอบถามจากประชาชน ซึ่งภาพถ่ายทางอากาศและข้อมูลดาวเทียมที่ใช้ประกอบด้วย 1) ภาพถ่ายทางอากาศมาตราส่วน 1:15,000 พ.ศ. 2534 ของกรมแผนที่ทหาร 2) ภาพถ่ายทางอากาศ มาตราส่วน 1:25,000 พ.ศ. 2545 ของกรมแผนที่ทหาร และ 3) ข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมไทยโชติ แบบหลายช่วงคลื่น รายละเอียดจุดภาพ 15 เมตร พ.ศ. 2554 และข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมไทยโชติ แบบช่วงคลื่นเดี่ยว รายละเอียดจุดภาพ 2 เมตร พ.ศ. 2554 จากสำนักพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) โดยเลือกบริเวณอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นพื้นที่กรณีศึกษา

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า อำเภอบางบัวทองมีพื้นที่ 74,164 ไร่ การใช้ประโยชน์ที่ดินที่ปรากฏในพื้นที่แบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1) การใช้ที่ดินทางการเกษตร คือ การใช้ที่ดินที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพทางการเกษตรตลอดจนการดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้อง และ 2) การใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตร คือ การใช้ประโยชน์ที่ดินที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเกษตร และเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเมือง โดยจากการแปลภาพถ่ายทางอากาศ ข้อมูลดาวเทียม ด้วยสายตาร่วมกับการสำรวจภาคสนามพบว่า การใช้ที่ดินทางการเกษตรของอำเภอบางบัวทองครอบคลุมอยู่ใน 3 ประเภท คือ การทำนา สวนไม้ผล และสวนผัก โดยมีการกระจายอยู่ทั่วทั้งพื้นที่ เนื่องจากมีทั้งคลองธรรมชาติและคลองที่ขุดเพิ่มเติมทำหน้าที่ส่งน้ำแผ่ขยายอยู่ทั่วไป ทำให้มีน้ำในการทำเกษตร ได้อย่าง

ทั่วถึงทั้งพื้นที่ โดยการทำนามีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด เป็นอาชีพดั้งเดิมของคนไทยพื้นถิ่นเช่นเดียวกับสวนไม้ผล ในขณะที่การทำสวนผักนั้นเป็นการประกอบอาชีพของคนไทยเชื้อสายจีนที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในอำเภอบางบัวทอง แต่อิทธิพลจากการขยายตัวของเมืองได้ส่งผลกระทบโดยตรงการใช้ที่ดินทางการเกษตรทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตร โดยในปีพ.ศ. 2534 พื้นที่อำเภอบางบัวทองมีการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อทำการเกษตรมากถึงร้อยละ 76.54 ต่อมาในปีพ.ศ. 2545 กลับพบว่าสัดส่วนการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรลดลงเหลือเพียงร้อยละ 49.20 และร้อยละ 40.29 ในปีพ.ศ. 2554 ซึ่งสัดส่วนการใช้ที่ดินทางการเกษตรที่หายไปถูกเปลี่ยนเป็นการใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตรแทนซึ่งมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระหว่างพ.ศ. 2534-2554 โดยในปีพ.ศ. 2534 มีสัดส่วนการใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 23.46 ของที่ดินทั้งหมด ต่อมาในปีพ.ศ. 2545 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50.80 และในปีพ.ศ. 2554 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 59.71 (ตาราง 1) แสดงให้เห็นว่าการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรในอำเภอบางบัวทองในช่วงพ.ศ. 2534-2554 มีพื้นที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจากการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรเป็นการใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตรแทน

ตาราง 1 ประเภทการใช้ที่ดินในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2534-2554

ประเภทการใช้ที่ดิน	ขนาดพื้นที่					
	พ.ศ. 2534		พ.ศ. 2545		พ.ศ. 2554	
	ไร่	ร้อยละ	ไร่	ร้อยละ	ไร่	ร้อยละ
ที่ดินภาคการเกษตร	56,761	76.54	36,489	49.20	29,878	40.29
ที่นา	46,545	62.76	29,332	39.55	23,699	31.95
สวนไม้ผล	3,516	4.74	2,696	3.64	2,438	3.29
สวนผัก	5,161	6.96	2,886	3.89	2,166	2.92
คลอง	1,539	2.07	1,575	2.12	1,575	2.12
ที่ดินนอกภาคการเกษตร	17,403	23.46	37,675	50.80	44,286	59.71

ที่มา: ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ร่วมกับการสำรวจภาคสนาม

สำหรับการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรเป็นการใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตรนั้น เมื่อทำการซ้อนทับข้อมูลการใช้ที่ดินในแต่ละช่วงเวลาด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ พบว่าที่ดินทางการเกษตรเดิมถูกเปลี่ยนเป็นที่รื้อใช้ประโยชน์มากเป็นลำดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 15.79 ลำดับที่สอง คือ บ้านจัดสรร คิดเป็นร้อยละ 7.00 และที่จัดสรร คิดเป็นร้อยละ 4.56 เป็นลำดับที่สาม (ตาราง 2) ซึ่งจากการสอบถามเกษตรกรเจ้าของที่ดินและเกษตรกรที่ดินแปลงข้างเคียงทำให้ทราบว่าที่ดินที่รื้อใช้ประโยชน์นั้น แต่เดิมเคยเป็นพื้นที่ที่เกษตรกรเจ้าของที่เคยใช้ทำการเกษตรมาก่อน แต่เมื่อเกษตรกรขายให้กับนายทุน ที่ดินมีการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์จากเกษตรกรไปเป็นของนายทุน ซึ่งที่ดินทางการเกษตรที่ถูกขายไปแล้วนั้นบางแปลงก็มีการพัฒนาต่อไปเป็นบ้านจัดสรร อุตสาหกรรม หรือพาณิชยกรรมในพื้นที่ แต่บางแปลงก็ถูกปล่อยทิ้งไว้เพื่อรอการพัฒนาต่อไปในอนาคต ดังจะ

เห็นได้ว่าในพื้นที่อำเภอบางบัวทองมีที่ดินที่รอการใช้ประโยชน์เป็นจำนวนมาก ซึ่งบางแปลงถูกปล่อยทิ้งไว้เป็นเวลานานจนมีวัชพืชรขึ้นปกคลุมสูง

ตาราง 2 การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรในช่วงพ.ศ. 2534-2545 และพ.ศ. 2545-2554

การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน	การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตร			
	พ.ศ. 2534-2545		พ.ศ. 2545-2554	
	ไร่	ร้อยละ	ไร่	ร้อยละ
ที่นา	14,248	25.10	5,796	15.88
ที่นา-ที่อยู่อาศัย	6,821	12.02	1,637	4.49
ที่นา-พาณิชยกรรม	358	0.63	85	0.23
ที่นา-อุตสาหกรรม	456	0.80	392	1.07
ที่นา-ราชการและสาธารณูปโภค	54	0.10	81	0.22
ที่นา-ที่รอใช้ประโยชน์	6,559	11.56	2,968	8.13
ที่นา-ที่จัดสรร	1,899	3.35	633	1.73
สวนไม้ผล	1,806	3.18	260	0.71
สวนไม้ผล-ที่อยู่อาศัย	1,026	1.81	34	0.09
สวนไม้ผล-พาณิชยกรรม	20	0.04	7	0.02
สวนไม้ผล-อุตสาหกรรม	12	0.02	-	-
สวนไม้ผล-ที่รอใช้ประโยชน์	715	1.26	171	0.47
สวนไม้ผล-ที่จัดสรร	33	0.06	48	0.13
สวนผัก	2,561	4.51	570	1.56
สวนผัก-ที่อยู่อาศัย	589	1.04	101	0.28
สวนผัก-พาณิชยกรรม	58	0.10	-	-
สวนผัก-อุตสาหกรรม	76	0.13	22	0.06
สวนผัก-ราชการและสาธารณูปโภค	6	0.01	-	-
สวนผัก-ที่รอใช้ประโยชน์	1,767	3.11	419	1.15
สวนผัก-ที่จัดสรร	65	0.11	28	0.08

ที่มา: การซ้อนทับข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรเป็นการใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตรในอำเภอบางบัวทอง เนื่องจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นเพราะระยะทางที่ใกล้กับกรุงเทพมหานครที่มีการเจริญเติบโตของเมืองอย่างรวดเร็ว ประกอบกับที่ดินทางการเกษตรที่มีอยู่เป็นจำนวนมากยังมีราคาไม่สูงมากนัก

อภิปรายผล

จากอิทธิพลการขยายตัวของเมืองส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรในพื้นที่อำเภอบางบัวทอง โดยปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพื้นที่อย่างรวดเร็ว คือ การพัฒนาถนน โดยจากการศึกษารูปแบบการใช้ที่ดินที่ปรากฏพบว่า การใช้ที่ดินนอกภาคการเกษตรเริ่มเกิดขึ้นบริเวณสองฟากของถนนสายหลักก่อน เนื่องจากมีความสะดวกในการเข้าถึง และเมื่อมีการสร้างถนนทางหลวงพิเศษหมายเลข 9 (ถนนกาญจนาภิเษก) ที่ตัดผ่านพื้นที่และเชื่อมโยงกับถนนรองภายในพื้นที่ทำให้เกิดโครงข่ายกระจายไปทั่วทั้งพื้นที่ส่งผลให้พื้นที่ทั้งอำเภอสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรตามสองข้างถนน แสดงให้เห็นว่าถนนเป็นตัวบุกเบิกสำคัญที่ทำให้เกิดการสูญเสียที่ดินทางการเกษตรตามเส้นทางที่ถนนสร้างผ่านรวมถึงบริเวณใกล้เคียง เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านระยะทางที่เคยเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงพื้นที่หมดไปจากโครงข่ายของถนนที่มีการพัฒนาขึ้น แสดงให้เห็นว่าเมืองมีการขยายตัวออกจากศูนย์กลางไปตามแนวเส้นทางของถนนเป็นหลัก ในขณะเดียวกันการพัฒนาเส้นทางถนนส่งผลให้ที่ดินทางการเกษตรมีมูลค่าหรือราคาที่ดินสูงขึ้น กลายเป็นที่ดินเปิดที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก สามารถที่จะพัฒนาหรือลงทุนต่อไปได้ จึงกลายเป็นที่ต้องการของนักลงทุนหรือนักเก็งกำไร จากผลการศึกษาพบว่าสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรของอำเภอบางบัวทองในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2534-2545 สูงกว่าในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2545-2554 สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศในขณะนั้นที่เป็นยุคทองของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีความต้องการที่ดินราคาถูกในเขตชานเมืองเพื่อนำมาใช้ลงทุน เกิดการกว้านซื้อที่ดินจำนวนมากจากเกษตรกร ส่วนในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2545-2554 แม้ว่าจะยังมีการลดลงของพื้นที่ทางการเกษตรแต่เป็นการลดลงในอัตราส่วนลดลง เนื่องจากเป็นช่วงภาวะฟื้นตัวจากปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และสถานการณ์ความไม่มั่นคงทางการเมือง การชะลอตัวของเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินทางการเกษตรจึงมีสัดส่วนลดลงไปจากช่วงแรก

การสูญเสียที่ดินที่มีความเหมาะสมทางการเกษตรในพื้นที่อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ภายใต้อิทธิพลจากการขยายตัวของเมืองมีความสอดคล้องและใกล้เคียงกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในเขตหนองแขม หนองจอก ราษฎร์บูรณะ ประเวศ และจังหวัดนนทบุรีฝั่งตะวันออก ที่ในอดีตบริเวณดังกล่าวเคยเป็นพื้นที่เกษตรกรรมมาก่อน แต่เมื่อมีการขยายตัวของเมืองเข้ามาในพื้นที่ ที่ดินทางการเกษตรที่ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจต่ำก็ไม่สามารถต้านทานกิจกรรมของเมืองที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าได้ เกษตรกรขายที่ดินทางการเกษตรให้กับนายทุนเพื่อนำไปใช้ในกิจกรรมของเมืองแทน พื้นที่เกษตรกรรมจึงลดลงเรื่อยๆ สะท้อนให้เห็นว่าปรากฏการณ์การขยายตัวของกรุงเทพมหานครขยายตัวครอบคลุมพื้นที่ที่เพิ่มมากขึ้น โดยช่วงแรกเริ่มจากบริเวณพื้นที่ชั้นในที่แล้วค่อยๆ ขยายตัวออกสู่พื้นที่บริเวณรอบนอก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ได้แสดงให้เห็นแล้วว่าการสูญเสียที่ดินที่มีความเหมาะสมทางการเกษตรกำลังเป็นปัญหาที่สำคัญของอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ตลอดจนพื้นที่ชานเมืองอื่นๆ ของกรุงเทพมหานคร และเมืองขนาดใหญ่ ยิ่งเมืองมีการเจริญเติบโตขยายตัวเพิ่มขึ้นก็ทำให้พื้นที่เกษตรกรรมมีความเสี่ยงมากขึ้น จากแนวโน้มการลดลงของที่ดินทางการเกษตรสะท้อนให้เห็นว่ามาตรการในการอนุรักษ์พื้นที่เกษตรกรรมที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพในการดูแลพื้นที่เกษตรกรรม ทางภาครัฐจึงควรมีการออกกฎหมายเพื่อป้องกันดูแล และสงวนรักษาพื้นที่เกษตรกรรมที่มีความเหมาะสมในการทำเกษตรโดยเฉพาะ เพื่อให้มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการพื้นที่การเกษตรอย่างจริงจัง ในขณะเดียวกันก็ควรมีการปรับปรุงมาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะมาตรการทางด้านผังเมืองที่ใช้เป็นกฎหมายแม่บทในการควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บริเวณที่เป็นชานเมืองหรือเมืองขนาดใหญ่ที่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินอย่างรวดเร็ว ควรมีมาตรการทางด้านผังเมืองควบคุมอย่างต่อเนื่องและมีการบริหารข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ไม่ควรปล่อยให้ผังเมืองหมดอายุ ทำให้การใช้ที่ดินเป็นไปอย่างอิสระ ขาดการควบคุม นอกจากนั้นเนื่องจากพื้นที่อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นเขตรอยต่อกับกรุงเทพมหานคร ดังนั้นควรมีการจัดทำผังเมืองในระดับภูมิภาคที่รวมเอากรุงเทพมหานครและจังหวัดปริมณฑลเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อการบริหารจัดการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความต่อเนื่องตามสภาพการขยายตัวของเมืองที่เกิดขึ้น

รายการอ้างอิง

- กฤษ เพิ่มทันจิตต์. 2536. **ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมือง**. กรุงเทพฯ: ศรีเอทีฟพับลิชชิง.
- กาญจนา ตั้งชลทิพย์. 2550. “กรุงเทพมหานคร: เมืองโคเดียตลอดกาลของประเทศไทย.” ใน วรชัย ทองไทย และ สุริย์พร พันพื้ง (บก.). **ประชากรและสังคม 2550**. นครปฐม: สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม.
- ชัยย์ ปลอดดี. 2530. “การศึกษาการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในเขตชานเมืองชั้นนอกกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาเฉพาะเขตหนองจอก.” วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรนิภา อ่อนเกิด. 2550. “การขยายตัวของเมืองต่อวิถีชีวิตชุมชนตำบลท่าทราย เขตเทศบาลนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พันธวิศ สัมพันธ์พาณิชย์. 2541. ผลกระทบที่มีต่อระบบเกษตรแบบสวนบ้านบริเวณอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี อันเนื่องมาจากการขยายตัวของเมือง. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฤดีกร ทับทิมทอง. 2536. “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพื้นที่เกษตรกรรมชานเมืองกรุงเทพมหานคร: ศึกษากรณีเขตรามัญบุรี.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรัญญา แตรวิจิตร. 2538. “ผลกระทบของการพัฒนาเมืองต่อพื้นที่เกษตรกรรมในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ศรีถุญญากรณ์ พิบูลย์. 2537. “การวิเคราะห์เชิงภูมิศาสตร์ของความเป็นเมืองและการขยายตัวของชุมชนเมือง: กรณีศึกษาอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระหว่างปี พ.ศ. 2525-2535.” วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุริรัตน์ ณ นคร. 2546. “การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในเขตชานเมืองกรุงเทพมหานครและผลกระทบทาง
เศรษฐกิจสังคมที่มีต่อเกษตรกรชานเมือง: กรณีศึกษาเขตหนองแขม.” วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศาสตร์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสนห์ ญาณสาร. 2554. **ภูมิศาสตร์เมือง**. เชียงใหม่: ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Bryant, Christopher R. 1986. “Agriculture and Urban Development”. in Michael Pacione (ed.). *Progress in
Agricultural Geography*. pp. 167-194, London: Croom Helm.
- Cadwallader, Martin. 1996. *Urban Geography: An Analytical Approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Clark, Gordon. 1999. “Land Use Conflict at the Urban Fringe”. in Michael Pacione (ed.). *Principles and
Practice: An Introduction to Useful Research in Physical Environment and Human Geography*.
pp. 301-308, New York: Routledge.
- Ginsburg, Norton. 1991. “Extended Metropolitan Regions in Asia: A New Spatial Paradigm”. in Norton
Ginsburg, Bruce Koppel and T.G. McGee (eds.). *The Extended Metropolis: Settlement Transition in
Asia*. pp. 27-46, Honolulu: University of Hawaii Press.
- Greenberg, Charles. 1994. “Region Based Urbanization in Bangkok’s Extended Periphery”. Ph.D. dissertation,
University of British Columbia.
- Mekvichai, Banasopit; Foster, David; Chomchan, Sopon and Kritiporn, Phanu. 1990. *Urbanization and the
Environment: Managing the Conflict*. Bangkok: Thailand Development Research Institute.
- Schnore, Leo. 1958. “Metropolitan Growth and Decentralization”. in William M. Dobriner (ed.). *The Suburban
Community*. pp. 3-20, New York: G. P. Putnam’s Sons.
- Yarnasarn, Sanay. 1985. “Land-Use Patterns and Land-Use Changes in Chiang Mai, Northern Thailand”.
Ph.D. dissertation, Columbia University.

ชนิดของกลยุทธ์ในการแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมที่อยู่ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพในประเทศไทย

นพดล พันธุ์พานิช

ผู้ช่วยผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการดูแลคุณภาพบัณฑิต และบริหารธุรกิจดูแลคุณภาพบัณฑิต

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: noppadol.pu@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาชนิดของกลยุทธ์ในการแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพในประเทศไทย โดยใช้ทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพคือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและเชิงปริมาณคือการวิเคราะห์แบบคลัสเตอร์ (Cluster Analysis) โดยพบว่ากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทยใช้กลยุทธ์ทั้ง 3 แบบผสมผสานกันไม่ได้นิยมกลยุทธ์ใดกลยุทธ์หนึ่งชัดเจน ดังนั้นด้วยสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง วิสาหกิจจึงควรที่จะปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป และที่สำคัญภาครัฐควรให้การสนับสนุนวิสาหกิจกลุ่มนี้

คำสำคัญ: ชนิดของกลยุทธ์ในการแข่งขัน กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรม
เทคโนโลยีชีวภาพ

ABSTRACT

The objective of this research was to find type of suitable competitive strategy for Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thai biotechnology industry. Researcher used qualitative method (In-depth Interview) and quantitative method (Cluster Analysis). Researcher founded that SMEs use Mix - competitive strategy. Because the environment is heavy fluctuated, SMEs should be strategic adaptive. The important is that the government should be supporting SMEs.

KEYWORDS: Type of Suitable Competitive Strategy Small & Medium Enterprises (SMEs)
Biotechnology Industry

บทนำ

เทคโนโลยีชีวภาพยุคใหม่ถือว่าเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงใหม่ที่จะมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมต่างๆ มากขึ้น โดยมีการพยากรณ์ว่าอาจเป็นยุคใหม่ที่เกิดเนื่องจากยุคเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน ดังนั้นภาครัฐจึงควรให้

ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพยุคใหม่เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจและของประเทศไทย โดยการสร้างสินค้าหรือบริการทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพ หรืออาจจะนำเทคโนโลยีนี้ไปพัฒนากระบวนการผลิตหรือการบริการของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ซึ่งจะสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการ หรืออาจช่วยลดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในกระบวนการผลิตหรือการบริการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของภาคธุรกิจในประเทศไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและขนาดรวมกันใหญ่ที่สุดในภาคธุรกิจของประเทศไทย บทบาทของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีความสำคัญมากในเศรษฐกิจยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (High-Technology SMEs) เนื่องจากบริษัทเหล่านี้จะเริ่มต้นด้วยการพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งเป็นหัวใจของเศรษฐกิจยุคใหม่ ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงจึงมีความสำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งวิสาหกิจเหล่านี้จะต้องใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันของตนเองที่เหมาะสมกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในปัจจุบัน งานวิจัยนี้จึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยในการหาข้อสรุปสำหรับชนิดของกลยุทธ์ในการแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพในประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ที่มีสถานะต่างๆ ใกล้เคียงกับประเทศไทย

วัตถุประสงค์

เพื่อหาข้อสรุปสำหรับชนิดของกลยุทธ์ในการแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพในประเทศไทย

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. กลยุทธ์ในการแข่งขัน (Competitive Strategy) หรือ กลยุทธ์ทั่วไป (Generic Strategy)

1.1 ทฤษฎีกลยุทธ์ในการแข่งขัน (Porter, 1980) ทฤษฎีกลยุทธ์ในการแข่งขันเป็นทฤษฎี กลยุทธ์ในการแข่งขันที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เนื่องจากการแบ่งชนิดของกลยุทธ์ออกอย่างชัดเจนและง่ายต่อการนำกลยุทธ์นั้นไปปฏิบัติ ต่อเนื่องจากการศึกษาของ Porter ก็มีการศึกษากลยุทธ์ในการแข่งขันในรูปแบบของ Porter อีกเป็นจำนวนมากและเป็นกระแสความสนใจจนถึงปัจจุบันนี้

1.2 ทางเลือกกลยุทธ์ Ziqi และ Greenfield (2000) ได้ทำการวิจัยในอุตสาหกรรม 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มยา และกลุ่มเทคโนโลยีชีวภาพ และได้ข้อสรุปว่า ทางเลือกกลยุทธ์นั้นมี 6 แบบ ได้แก่

1.2.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นโดยรวม (Overall Higher Value-added)

1.2.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นโดยเน้นที่บางส่วนของตลาด (Focus-segment Higher Value-added)

1.2.3 การมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Overall Cost Advantage)

1.2.4 การมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่บางส่วนของตลาด (Focus-segment Cost Advantage)

1.2.5 การสร้างความแตกต่างโดยรวม (Overall Differentiation)

1.2.6 การสร้างความแตกต่างที่บางส่วนของตลาด (Focus-segment Differentiation)

การศึกษาข้างต้นยังพบอีกว่าบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงส่วนใหญ่จะใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพโดยเลือกกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นโดยเน้นที่บางส่วนของตลาดและกลยุทธ์การมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่บางส่วนของตลาดมากกว่าทางเลือกกลยุทธ์อื่นๆ

2. ชนิดของกลยุทธ์ในการแข่งขัน Porter ได้แบ่งกลยุทธ์ในการแข่งขันทั่วไปออกเป็น 3 แบบ ดังต่อไปนี้

2.1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวม กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวมในการวิจัยของ Kabadayi และคณะ (2007) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. บริษัทมีการตั้งราคาต่ำกว่าระดับราคาของคู่แข่ง
2. บริษัทมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบ
3. บริษัทมุ่งไปสู่การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ
4. บริษัทมีการควบคุมต้นทุนค่าจ้างแรงงานและต้นทุนผันแปรอย่างเคร่งครัด
5. การบริษัทมุ่งไปสู่การประหยัดเนื่องจากผลผลิตและจำหน่ายจำนวนมาก
6. บริษัทมีต้นทุนจากช่องทางการจัดจำหน่ายต่ำที่สุด
7. บริษัทมีการเน้นที่ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ

2.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ชนิดของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จากการศึกษาของ Nicovich และคณะ (2007) มีดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างบนพื้นฐานของการตลาด
2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างบนพื้นฐานของนวัตกรรม

2.3 กลยุทธ์การมุ่งเน้น ในการวิจัยของ Allen และคณะ (2007) กลยุทธ์การมุ่งเน้นประกอบด้วย

1. การละเว้นลูกค้าที่ไม่ก่อให้เกิดกำไรหรือผลประโยชน์
2. วิสาหกิจผลิตหรือให้บริการเฉพาะผลิตภัณฑ์พิเศษ
3. วิสาหกิจผลิตหรือให้บริการในส่วน of ตลาดที่ราคาสูง

โดยการวิจัยนี้จะใช้การวิเคราะห์กลยุทธ์ในการแข่งขันของ Porter เป็นหลักตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไปแล้ว

วิธีดำเนินการวิจัย

ลักษณะประชากรที่ทำการศึกษา

กลุ่มประชากรเป้าหมายคือกลุ่มผู้บริหารระดับสูงที่เป็นผู้กำหนดนโยบายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย ได้แก่ กรรมการผู้จัดการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงกลุ่มผู้นำทางความคิดของกลุ่มประชากรเป้าหมาย ได้แก่ ภาครัฐผู้กำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ อาจารย์ในสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ และผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ

ในส่วนวิธีดำเนินการวิจัยนี้ได้ใช้วิธีแบบผสมผสาน (Mix Method) โดยเริ่มการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ และสรุปผลการวิจัยด้วยวิธีเชิงคุณภาพ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) ใช้กลุ่มตัวอย่างจากรายชื่อผู้ประกอบการโดยเลือกเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2545) นิยามไว้ รวมกลุ่มประชากรวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 45 วิสาหกิจ และขนาดย่อม จำนวน 251 วิสาหกิจ ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพทั้งหมดจำนวน 296 วิสาหกิจ มีการตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน การสำรวจนำร่องจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน สำรวจจริงและตรวจสอบอคติจากกลุ่มผู้ไม่ตอบกลับ (Non-Response Bias) และนำมาวิเคราะห์การจัดกลุ่มตามตัวแปรย่อยของกลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยเลือกใช้การวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้เทคนิค Cluster Analysis เนื่องจาก (กัลยา, 2548)

1. ไม่ทราบจำนวนกลุ่มมาก่อน ว่าต้องมีกี่กลุ่ม
2. ไม่ทราบมาก่อนว่าคนใดจะอยู่กลุ่มใด แต่เทคนิคจะแบ่งคนที่คล้ายกันหรือเหมือนกันในเรื่องที่ศึกษาไว้ในกลุ่มเดียวกัน
3. ใช้กับตัวแปรได้ทุกชนิด ทั้งตัวแปรเชิงปริมาณและเชิงกลุ่ม

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 254 ตัวอย่าง ซึ่งมากกว่า 200 ตัวอย่าง จึงเลือกใช้การวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้เทคนิค Nonhierarchical Cluster Analysis (k – Means Cluster Analysis) ซึ่งจะใช้เวลาน้อยกว่ามาก

วิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) จะใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ภาครัฐผู้กำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ ได้แก่ รองผู้อำนวยการ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ และผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ จำนวน 3 ท่าน โดยเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง 1 ท่าน และวิสาหกิจขนาดย่อม 2 ท่าน มีการตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านและใช้เครื่องมือคือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยมีแนวทางในการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

การจัดกลุ่มตามตัวแปรย่อยของกลยุทธ์ในการแข่งขัน

ได้พบว่าจากค่าเฉลี่ยของคะแนนกลุ่มตัวแปรย่อยของกลยุทธ์ในการแข่งขันมีลักษณะดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 จำนวน 98 ราย มีคะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์ต่างๆดังต่อไปนี้

1. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวม เท่ากับ 29.00/4 หรือ 7.25
2. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เท่ากับ 35.8/5 หรือ 7.16
3. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การมุ่งเน้น เท่ากับ 26.03/4 หรือ 6.15

จากคะแนนรวมเฉลี่ยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มที่ 1 จำนวน 98 ราย ใช้กลยุทธ์ทั้ง 3 ประเภท

กลุ่มที่ 2 จำนวน 61 ราย มีคะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์ต่างๆดังต่อไปนี้

1. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวม เท่ากับ 15.73/4 หรือ 3.93
2. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เท่ากับ 22.99/5 หรือ 4.60
3. คะแนนรวมเฉลี่ยกลยุทธ์การมุ่งเน้น เท่ากับ 22.55/4 หรือ 5.64

เมื่อพิจารณาคะแนนรวมเฉลี่ยพบว่า กลุ่มที่ 2 จำนวน 61 ราย ใช้กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป็นหลักโดยผสมผสานกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

กลุ่มที่ 3 จำนวน 95 ราย มีคะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์ต่างๆดังต่อไปนี้

1. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวม เท่ากับ 19.74/4 หรือ 4.94
2. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เท่ากับ 31.33/5 หรือ 6.27
3. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การมุ่งเน้น เท่ากับ 22.55/4 หรือ 5.64

ผลการวิเคราะห์คะแนนรวมเฉลี่ยชี้ว่า กลุ่มที่ 3 จำนวน 95 ราย ใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นหลัก แล้วเสริมด้วยกลยุทธ์การมุ่งเน้นหรือกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวม

หากพิจารณาในภาพรวมจะพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 254 ราย มีคะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์ต่างๆดังต่อไปนี้

1. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวม เท่ากับ 21.25/4 หรือ 5.31
2. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เท่ากับ 31.06/5 หรือ 6.21
3. คะแนนรวมเฉลี่ยของกลยุทธ์การมุ่งเน้น เท่ากับ 22.60/4 หรือ 5.65

จากคะแนนรวมเฉลี่ยของตัวอย่างทั้งหมด 254 รายและการวิเคราะห์ในแต่ละกลุ่ม แสดงให้เห็นว่า กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทยใช้กลยุทธ์ทั้ง 3 ประเภทผสมผสานกัน ไม่ได้นิยมกลยุทธ์ใดกลยุทธ์หนึ่งชัดเจน

จากผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่าตัวแทนผู้ประกอบการเลือกใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันของไมเคิล อี. พอร์เตอร์ ที่แตกต่างกันออกไป การเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับความสามารถของบริษัทและความต้องการของตลาดจะทำให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการในบริษัทที่ 3 ต่อไปนี้

“บริษัทเราเลือกกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ แต่มีต้นทุนที่เป็นทางเลือกที่ดีสำหรับลูกค้าโดยไม่ได้ตั้งราคาที่ถูก ทำให้บริษัทเรามีการเติบโตของกำไรสูงทุกปี”

ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของตัวแทนผู้สนับสนุนจากทางภาครัฐที่เห็นว่าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทยสามารถเลือกเลือกใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันของไมเคิล อี. พอร์เตอร์ ได้อย่างหลากหลายตามจุดแข็งและจุดอ่อนของประเทศไทย หรือโอกาสและอุปสรรคของตลาดในระดับประเทศและระดับโดย ดังความเห็นต่อไปนี้

“จุดแข็งของประเทศไทยก็คือภูมิปัญญาดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายทางชีวภาพ เกษตรกรรมสมุนไพร และการแพทย์แผนไทย มาพัฒนาต่อยอดด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านอาหาร ด้านพลังงาน ด้านอุตสาหกรรม และด้านการแพทย์ ดังนั้นกลยุทธ์ที่โดดเด่นจึงน่าจะเป็นการสร้างแตกต่างจากจุดแข็งที่ประเทศไทยมีอยู่ ไปสู่โอกาสทางการตลาดในระดับโลก ส่วนกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนโดยรวมนั้นก็มีความสำคัญเพราะตลาดส่วนใหญ่ของโลกคือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ได้แก่ กลุ่มอาเซียน จีน และอินเดีย เป็นต้น ซึ่งมีประชากรเกินครึ่งหนึ่งของประชากรโลก แต่ประชากรในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ยังมีรายได้ต่อคนในระดับต่ำถึงปานกลาง ส่วนกลยุทธ์การมุ่งเน้นก็ยังมีสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จะต้องมุ่งไปสู่ตลาดเฉพาะที่กลุ่มบริษัทใหญ่มองข้ามไป”

สรุปผลการวิจัย

สำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพจากผลการวิจัยพบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขัน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ใช้ผสมผสานกันทั้ง 3 แบบ กลุ่มที่ 2 ใช้กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป็นหลักเสริมด้วยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลุ่มที่ 3 ใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นหลัก แล้วผสมผสานด้วยกลยุทธ์การมุ่งเน้นหรือกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวม ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มวิสาหกิจเหล่านี้ไม่ได้เน้นกลยุทธ์ในการแข่งขันของพหุองค์ไปแบบใดแบบหนึ่ง โดยจะใช้แบบผสมผสานกันไป โดยจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกซึ่งพบว่าผู้ประกอบการควรเลือกใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันตามโอกาสที่เกิดขึ้นและจุดแข็งที่วิสาหกิจนั้นมี

อภิปรายผล

กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพในประเทศไทยหรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ นั้น หากเลือกใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันได้เหมาะสมกับสถานการณ์ภายในและภายนอกของวิสาหกิจย่อมทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจฯ ในทางตรงกันข้ามหากเลือกได้ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ก็ย่อมจะกลายเป็นจุดอ่อนหรืออุปสรรคของวิสาหกิจฯ ได้ แต่ที่ควรระมัดระวังการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันแบบมั่วสุมซึ่งจะทำให้วิสาหกิจฯ ไม่มีทิศทางในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิสาหกิจฯ กลุ่มพนักงานและกลุ่มลูกค้าก็จะสับสนซึ่งจะไม่เป็นผลดีต่อวิสาหกิจฯ นั้นๆ ทางที่ดีหากวิสาหกิจต้องการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันหลายแบบผู้ประกอบการก็ควรจะแยกผลิตภัณฑ์ออกเป็นกลุ่มๆ ตามชนิดของกลยุทธ์ในการแข่งขันที่ใช้

ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันสถานะของตลาด เทคโนโลยีและนวัตกรรม เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีความผันผวนอยู่เสมอ วิสาหกิจจึงควรที่จะปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานะที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นอยู่เสมอ และการสนับสนุนจากภาครัฐนั้นก็ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเจริญก้าวหน้าขึ้น เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นไม่มีศักยภาพที่จะพัฒนากระบวนการทั้งหมดตั้งแต่การสร้างเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมด้วยการวิจัยและพัฒนา การสนับสนุนสามารถให้ผ่านการให้ทุนวิจัยแก่สถาบันวิจัยต่างๆ โดยให้ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นผู้กำหนดโจทย์การวิจัย การบ่มเพาะธุรกิจ การจับคู่ธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ การตั้งกองทุนร่วมลงทุนในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบการในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง การส่งเสริมการตลาดในประเทศ ภูมิภาคเอเชีย และภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก เป็นต้น

ส่วนงานวิจัยที่ควรทำต่อไปได้แก่ นวัตกรรมทางกลยุทธ์สำหรับธุรกิจเทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่งเป็นประเด็นที่กลุ่มผู้ประกอบการต่างมีความสนใจ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติอย่างไรให้สัมฤทธิ์ผล หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องปฏิบัติอย่างไรเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2545). **นิยาม SMEs** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://cms.sme.go.th/cms/c/journal_articles/view_article_content?article_id=PUB-KNOWL-C03
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Allen, Richard S., Helms, Marilyn M., Takeda, Margaret B., & White, Charles S.. (2007). Porter's Generic Strategies: An Exploratory Study of Their Use in Japan. **Journal of Business Strategies**. Vol.24, No.1.
- Kabadayi, Sertan, Eyuboglu, Nermin & Thomas, Gloria P.. (2007). The Performance Implications of Designing Multiple Channels to Fit with Strategy and Environment. **Journal of Marketing**. Vol.71, October, pp.195–211.
- Nicovich, Stefan G., Dibrell, C. Clay, & Davis, Peter S. (2007) Integration of Value Chain Position and Porter's (1980) Competitive Strategies into the Market Orientation Conversation: An Examination of Upstream and Downstream Activities. **Journal of Business and Economic Studies**, Vol. 13, No. 2, Fall.
- Porter, Michael E. (1980). **Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: Free Press.
- Ziqi Liao, & Greenfield, Paul F.. (2000). The Synergy of Corporate R&D and Competitive Strategies: An Exploratory Study in Australian High-Technology Companies. **The Journal of High Technology Management Research**. Vol.11, No.1, pp.93-107.

ปัจจัยที่ทำให้เพลงป๊อปเกาหลี(เคป๊อป)ได้รับความนิยมในประเทศไทย
FACTORS CONTRIBUTING TO THE POPULARITY OF KOREAN
POPULAR MUSIC (K-POP) IN THAILAND

กนกพร เรืองสา

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเกาหลีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : pimmy1410@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้เพลงป๊อปเกาหลีได้รับความนิยมในประเทศไทย โดยเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่เกิดจากกลุ่มแฟนคลับ มีจุดประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เคป๊อปประสบความสำเร็จในตลาดประเทศไทย (2) ระบุลักษณะของกลุ่มแฟนคลับเคป๊อปในประเทศไทย (3) วิเคราะห์ว่าลักษณะและกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับนี้มีส่วนช่วยในการแพร่ขยายและคงความนิยมของเคป๊อปในประเทศไทยได้อย่างไรบ้าง โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแฟนคลับเคป๊อปในประเทศไทยจำนวน 40 ราย เป็นหลัก ร่วมกับการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการศึกษาจากเอกสารต่างๆ และใช้ Diamond model ของ Michael Porter เป็นทฤษฎีพื้นฐานในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้เคป๊อปได้รับความนิยมในประเทศไทย ได้แก่ (1) กลยุทธ์การปรับตัวเข้าสู่ชุมชนของบริษัทผู้ผลิตเคป๊อป (2) คุณภาพและความแปลกใหม่ของเนื้อหา และความโดดเด่นของศิลปิน (3) การสนับสนุนจากแฟนคลับ และ (4) ความนิยมของละคร ภาพยนตร์ และรายการโทรทัศน์เกาหลีในไทย ส่วนลักษณะของกลุ่มแฟนคลับเคป๊อปในไทย จากการสัมภาษณ์พบว่าแฟนคลับไทยมีความใจกว้าง และเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติได้ง่าย มีความกระตือรือร้นในการติดตามผลงานของศิลปิน เผยแพร่สู่คนรอบตัวผ่านการแชร์ทางโซเชียลมีเดีย และยังมีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งลักษณะและกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับนี้มีส่วนทำให้คนไทยรู้จักและเข้าถึงเคป๊อปได้ง่ายยิ่งขึ้น จึงสามารถสรุปได้ว่าแฟนคลับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เคป๊อปได้รับความนิยมในประเทศไทย

คำสำคัญ: เคป๊อป แฟนคลับ ปัจจัยความสำเร็จ

ABSTRACT

This research studied on the factors affecting K-pop popularity in Thailand focusing on K-pop fandom. This work aimed to (1) study the factors affecting the success of K-pop in Thai market, (2) identify the characteristics of K-pop fandom, and (3) analyze the characteristics and fan's activities in order to see how it help spreading K-pop in Thailand. This qualitative research mainly used descriptive and analytical method

drawing from interviews of 40 Thai K-pop fans , with participant observation and document research. The diamond model by Michael Porter was utilized to establish the conceptual framework. The result of the study on factors affecting K-pop popularity in Thailand were (1) localization of K-pop companies, (2) quality and uniqueness of the content, and characteristics of K-pop idols, (3) support from the fandom, and (4) the popularity of Korean dramas, movies, and TV shows in Thailand. The interviews of Thai K-pop fans showed that they are open minded to foreign cultures, they actively subscribe to the idols, they share the K-pop content to others through social media, and they gather in group to do activities together. The activities of Thai K-pop fandom help made it easier for Thai people to get to K-pop content. Therefore, it could be concluded that fandom is an important factor for K-pop popularity in Thailand.

KEYWORD: K-POP, Fan clubs, Success factors

บทนำ

ตั้งแต่คำว่า ‘กระแสเกาหลี’ เกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี คริสต์ศักราช 1997 ใช้ในการกล่าวถึงความนิยมในวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลีในต่างประเทศ ซึ่งมีจุดกำเนิดจากความนิยมของละครโทรทัศน์เกาหลีในประเทศจีน ในปัจจุบันกระแสเกาหลีได้ขยายขอบเขตจากละครไปสู่เพลง แฟชั่น ศิลปะ ภาษา เทคโนโลยี และอื่น ๆ และศูนย์กลางของกระแสเกาหลีได้เปลี่ยนจากละครโทรทัศน์มาเป็นเพลงป๊อปเกาหลี หรือที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในนาม ‘เคป๊อป’ เมื่อรูปแบบ ขอบเขต และศูนย์กลางของกระแสเกาหลีได้เปลี่ยนไปจากเดิมเช่นนี้ จึงมีการกล่าวกันว่าปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคของ ‘กระแสเกาหลีใหม่ (The Neo-Korean Wave)’ แล้ว (KOCIS, 2011)

คำว่า ‘เคป๊อป(K-POP)’ นั้น หมายถึง แนวเพลงแบบใหม่ที่มีการผสมผสานหลากหลายแนวเพลงเข้าด้วยกัน ทั้งป๊อป แดนซ์ แร็ป และอิเล็กทรอนิกส์ (Doopedia, 2014) และยังมีรูปแบบการแสดงสดที่แตกต่างจากเพลงในยุคก่อนหน้านี้ด้วย ซึ่งสร้างความแปลกใหม่ให้วงการเพลงเกาหลี แนวเพลงเคป๊อปเกิดขึ้นครั้งแรกในปี 1992 โดยผู้ที่ริเริ่มคือกลุ่มศิลปินที่ชื่อว่า ‘Seo Taiji and Boys’ หลังจากแนวเพลงที่พวกเขาคิดค้นขึ้นได้รับความนิยม ผู้ผลิตเพลงในเกาหลีก็หันมาให้ความสนใจกับการเจาะกลุ่มตลาดวัยรุ่นมากขึ้น และได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบมาจนเคป๊อปกลายเป็นเพลงของ ‘กลุ่มไอดอล’ อย่างเช่นในปัจจุบัน (KOCIS, 2011)

จากสถิติการทางการเงินปี 2540 วงการเพลงของเกาหลีได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ผู้ผลิตเคป๊อปจึงได้ผลักดันเคป๊อปออกสู่ตลาดต่างประเทศเป็นครั้งแรก ซึ่งความพยายามครั้งนั้น บวกกับการส่งเสริมจากภาครัฐบาลในการสร้างเคป๊อปให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ถือเป็นจุดเริ่มต้นของกระแสนิยมเคป๊อปที่แพร่ขยายไปทั่วทุกมุมโลกอย่างในปัจจุบัน (Jang Kyu-Su, 2011 อ้างถึงใน Kim Ho-Sang, 2012)

สำหรับความนิยมของเคป๊อปในประเทศไทย ในปัจจุบันเรามักจะได้ยินเพลงเคป๊อปได้ทั่วไป ทั้งทางโทรทัศน์ ตามแหล่งช้อปปิ้ง หรือสถานที่ต่างๆ ที่เป็นศูนย์รวมของวัยรุ่น ศิลปินเกาหลีก็เดินทางมาโปรโมทและแสดงคอนเสิร์ตกันอยู่เป็นประจำ รวมถึงเป็นพรีเซนเตอร์ของสินค้าต่างๆ จึงทำให้เราได้พบเจอกับพวกเขาได้บ่อยๆตามโฆษณา และนับจากเคป๊อปเริ่มเข้ามาติดตลาดประเทศไทยก็ยังคงได้รับความนิยมจากเหล่าวัยรุ่นมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ถึงแม้ภาพรวมศิลปินเกาหลีจะมาประเทศไทยอยู่เรื่อยๆ แต่หากพิจารณาจะเห็นว่าความถี่ในการมาประเทศไทยของศิลปินแต่ละกลุ่มนั้นจะอยู่ที่ปีละไม่เกินสองครั้ง แต่ทุกครั้งที่ศิลปินเหล่านั้นมาประเทศไทยก็ยัง

ได้รับการต้อนรับจากแฟนอยู่เสมอ หากจะเปรียบเคป๊อปเป็นสินค้าชิ้นหนึ่ง แน่นอนว่าคุณภาพของสินค้า และกลยุทธ์การขายของบริษัทย่อมมีผลทำให้สินค้านั้นได้รับความนิยม อย่างไรก็ตาม ถึงคุณภาพสินค้าและกลยุทธ์การขายจะดีเพียงใด แต่หากไม่มีผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ สินค้าชิ้นนั้นก็ไม่มีทางจะได้รับความนิยมอย่างแน่นอน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า หากจะศึกษาว่าทำไมสินค้าชิ้นหนึ่งจึงได้รับความนิยม เราก็ควรต้องศึกษาทั้งปัจจัยที่เกิดจากฝั่งผู้ผลิตและฝั่งผู้บริโภค แต่หลังจากทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของกลุ่มแฟนคลับที่มีต่อความนิยมของเคป๊อปในประเทศไทย จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งเสริมความนิยมของเคป๊อปในประเทศไทย โดยเน้นศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมกลุ่มแฟนคลับเคป๊อปที่ช่วยทำให้ความนิยมของเคป๊อปแพร่ขยายและคงอยู่ในประเทศไทยได้ ผ่านทางการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มแฟนคลับเคป๊อป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยนี้ได้นำ Diamond Model ของ Michael Porter (1990) มาปรับใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐานในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เคป๊อปได้รับความนิยมในประเทศไทย Diamond model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm strategies, structure and rivalry) ในด้านนี้จะพิจารณาว่าบรรยากาศการแข่งขันในตลาดเป็นอย่างไร และบริษัทมีกลยุทธ์อะไรที่จะนำสินค้าของตนเข้าสู่ตลาด
2. เงื่อนไขด้านการผลิต (Factor conditions) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อการผลิต เช่น แรงงานที่มีทักษะ ระบบสาธารณูปโภค เป็นต้น
3. เงื่อนไขทางอุปสงค์ (Demand conditions) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เกิดจากฝั่งผู้บริโภค เช่น ความต้องการของผู้บริโภค ทศนคติที่มีต่อสินค้า รสนิยมของผู้บริโภค เป็นต้น
4. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and supporting industries) หมายถึง เครือข่ายทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งเสริมผลประโยชน์ของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เคป๊อปประสบความสำเร็จในตลาดประเทศไทย
2. เพื่อระบุลักษณะของกลุ่มแฟนคลับเคป๊อปในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะของกลุ่มแฟนคลับ และกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับที่มีส่วนช่วยในการขยายและคงความนิยมของเคป๊อปในประเทศไทย

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งใช้กระบวนการค้นคว้าแบบที่ผู้วิจัยเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง (constructivism) การวิจัยนี้เป็นการศึกษากรณี (case study) ทำการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลแบบทฤษฎีฐานราก (grounded theory)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เคป๊อปได้รับความนิยมในประเทศไทย และแรงจูงใจในการชื่นชอบและติดตามผลงานของกลุ่มศิลปินเคป๊อป ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะของแฟนคลับเคป๊อปในประเทศไทย และตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับเคป๊อปในประเทศไทย และอิทธิพลที่มีต่อความนิยมของเคป๊อปในประเทศไทย ซึ่งการสร้างแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยนี้ ได้ใช้แนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ของ Cresswell (2013) เป็นตัวควบคุมการสร้าง

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์คือตัวแทนแฟนคลับของกลุ่มศิลปินเคป๊อปจำนวน 40 ราย ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จากแฟนคลับของกลุ่มศิลปินเคป๊อป ภายใต้สังกัดค่ายเพลงเกาหลี SM Entertainment, JYP Entertainment, และ YG Entertainment และเป็นศิลปินที่เคยจัดคอนเสิร์ตเดี่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีกลุ่มศิลปินทั้งหมด 7 กลุ่ม ได้แก่ TVXQ, Super Junior, EXO, Girls' Generation, 2PM, BIGBANG, และ 2NE1

2. แบบบันทึกการสังเกต ซึ่งได้จากการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (participant observation) ในงานอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับเคป๊อปในประเทศไทย ในช่วงครึ่งปีหลังของปี พ.ศ. 2557 รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มแฟนคลับผ่านทางโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Twitter, Facebook, และ Youtube

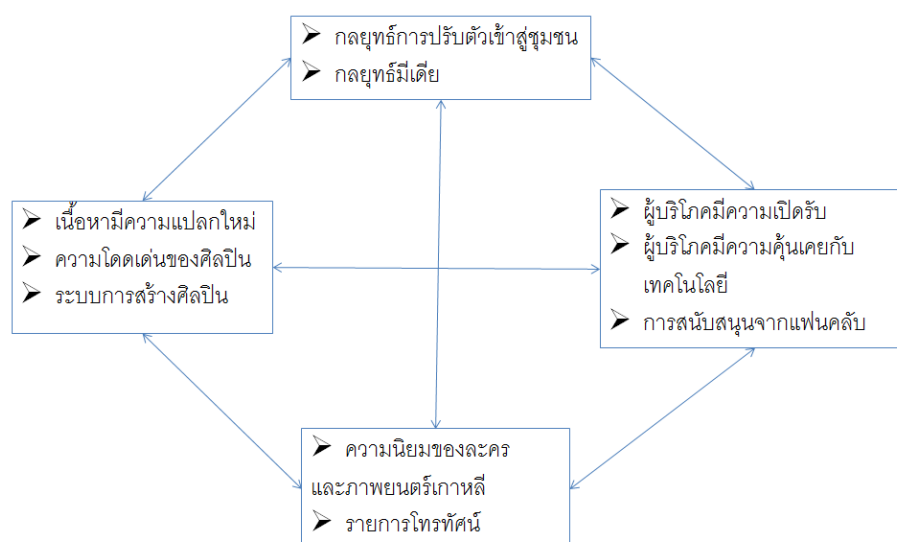
3. แบบบันทึกข้อมูล ได้จากการศึกษาและจดบันทึกจากเอกสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ที่เกี่ยวกับความนิยมของเคป๊อปและอิทธิพลของแฟนคลับ

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบทฤษฎีรากฐาน (grounded theory) โดยการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์และอธิบายในเชิงทฤษฎี ซึ่งการวิจัยนี้ได้นำ Diamond model ของ Michael Porter (1990) มาใช้เป็นหลัก

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่ทำให้เคป๊อปได้รับความนิยมในประเทศไทย

ปัจจัยที่ทำให้เคป๊อปได้รับความนิยมในประเทศไทย สามารถจำแนกออกได้ดังนี้



ภาพที่ 1 ปัจจัยที่ทำให้ศิลปินได้รับความนิยมในประเทศไทย

1. สภาพแวดล้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm strategies, structure and rivalry)

1.1. กลยุทธ์การปรับตัวเข้าสู่ชุมชน

1.1.1. การสร้างความร่วมมือกับบริษัทในประเทศไทย

การสร้างความร่วมมือในด้านการจัดจำหน่ายอัลบั้ม การนำศิลปินเข้ามาโปรโมทหรือทำกิจกรรมในประเทศไทยผ่านเอเจนซีในไทย หรือการจัดตั้งบริษัทร่วมทุนระหว่างประเทศอย่าง SM True ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่าง SM Entertainment ของเกาหลีกับ True Corporation ของไทย ทำให้โอกาสในการเข้าถึงศิลปินของคนไทยมากขึ้นด้วย

1.1.2. การคัดเลือกคนไทยเข้าไปเป็นศิลปินเคป๊อป

การคัดเลือกคนไทยเข้าไปเป็นศิลปินในสังกัดค่ายเพลงของเกาหลีผ่านการอดิชั่น สามารถดึงดูดความสนใจของคนไทยได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น การที่ค่าย JYP Entertainment ได้เลือก นิชคุณ หรือเวชกุล เข้าไปเป็นหนึ่งในสมาชิกของกลุ่มศิลปิน '2PM' ก็ทำให้สื่อมวลชนไทยให้ความสนใจและนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเขา จนทำให้เคป๊อปเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งซึ่งเป็นแฟนคลับของ 2PM กล่าวว่าตนเองหันมาสนใจเคป๊อปเพราะได้ข่าวว่ามีคนไทยเข้าไปเป็นสมาชิก แล้วจึงติดตามและกลายมาเป็นแฟนคลับ หลังจาก นิชคุณ ประสบความสำเร็จ ค่ายเพลงอื่นๆ ในเกาหลีก็หันมาสนใจคัดเลือกคนไทยเข้าไปอยู่ในสังกัดเช่นเดียวกัน

1.2. การใช้โซเชียลมีเดียเป็นสื่อกลาง

ในยุคที่อินเทอร์เน็ต และสมาร์ทโฟน (Smart phone) ถูกใช้อย่างแพร่หลาย และคนส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารกันผ่านบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Service) ผู้ผลิตเคป๊อปก็ถือโอกาสใช้โซเชียลมีเดียอย่าง Youtube ซึ่งเป็นเว็บไซต์ชมวิดีโอออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานทั่วโลก มาเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่เนื้อหาเคป๊อป และยังใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กอย่าง Twitter และ Facebook ในการเผยแพร่ข่าวสารและเข้าถึงผู้ฟังทั่วทุกมุมโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย หนังสือพิมพ์ JoongAng Ilbo (2011 อ้างถึงใน Seo Min-Soo, 2012) ได้เผยแพร่ข้อมูลสรุปเกี่ยวกับจำนวนการรับชมวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับเคป๊อปในเว็บไซต์ Youtube พบว่ามียอดการ

รับชมในประเทศไทยสูงถึง 224,813,564 ครั้ง และมากเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งมียอดการรับชม 423,683,754 ครั้ง

2. เงื่อนไขด้านการผลิต (Factor conditions)

2.1. เนื้อหาใหม่แปลกใหม่

เนื่องจากเพลงเคป๊อปเป็นแนวเพลงแบบใหม่ที่มีการผสมผสานหลากหลายแนวเพลงเข้าด้วยกัน จึงสามารถดึงดูดผู้ฟังได้ในวงกว้าง นอกจากนี้การแสดงบนเวที อย่าง การเต้น ยังมีความน่าตื่นตาตื่นใจ จึงไม่ได้ดึงดูดเฉพาะผู้ฟัง แต่ยังดึงดูดผู้ชม และยังเป็นที่น่าสนใจของวัยรุ่นที่ชื่นชอบการเต้นอีกด้วย

2.2. ความโดดเด่นของศิลปิน

ความสามารถของศิลปิน นอกจากความสามารถด้านการร้องเพลงและเต้นแล้ว กลุ่มศิลปินเกาหลียังมีความโดดเด่นทางด้านบุคลิกและบุคลิก มีความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ (Entertainer) หรือมีความสามารถพิเศษอื่นๆที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของแต่ละคนด้วย ซึ่งแฟนคลับที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่กล่าวว่าความโดดเด่นของศิลปินนี้เองที่เป็นสิ่งแรกที่ดึงดูดให้พวกเขาหันมาสนใจเคป๊อป ซึ่งความโดดเด่นของศิลปินนี้ก็มาทั้งจากความสามารถและบุคลิกส่วนตัวของศิลปินเอง และมาจากขั้นตอนการฝึกฝนของค่ายด้วย

2.3. การสร้างศิลปินอย่างมีระบบ

ระบบการสร้างศิลปินของบรรดาค่ายเพลงต่างๆในเกาหลี ช่วยทำให้ศิลปินที่จะออกมาโปรโมทมีคุณภาพและมีความหลากหลาย Seo Min-Soo (2012) ได้สรุปขั้นตอนการสร้างศิลปินเคป๊อปไว้ดังนี้



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการสร้างศิลปินเคป๊อป (Seo Min-Soo, 2012)

เริ่มจากการออ디션 (Audition) เพื่อคัดเลือกศิลปินเข้ามาเป็นเด็กฝึกหัดในสังกัด ปัจจุบันค่ายเพลงชั้นนำของเกาหลีอย่าง SM Entertainment, JYP Entertainment และ YG Entertainment ได้จัดการออ디션ในเมืองใหญ่ทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยด้วย จึงทำให้ได้บุคลากรที่มีความหลากหลายทั้งด้านความสามารถและวัฒนธรรม หลังจากคัดเลือกแล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนการฝึกฝนศิลปิน ซึ่งไม่เพียงแต่ฝึกทักษะในการร้องและเต้นเท่านั้น แต่ยังมีการฝึกฝนทักษะในการเอนเตอร์เทนผู้ชมและผู้ฟัง ทักษะในการแสดง (Acting) หรือแม้แต่ทักษะด้านภาษา เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการโปรโมทในต่างประเทศด้วย หลังจากนั้นค่ายจะเลือกเด็กฝึกหัดที่มีความพร้อม หรือเข้ากับคอนเซปต์ (Concept) ของกลุ่มศิลปินที่กำลังจะสร้าง มาเข้าสู่ขั้นตอนการสร้าง ซึ่งหมายถึงรวมถึงการสร้างเพลง การออกแบบท่าเต้น และการออกแบบแนวของกลุ่ม หลังจากเสร็จสิ้นขั้นตอนแล้วจึงทำการโปรโมทผ่านทางสื่อต่างๆ

3. เงื่อนไขทางอุปสงค์ (Demand conditions)

3.1. ผู้บริโภคมีความเปิดรับ

คนไทยเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติได้ง่าย ก่อนหน้ากระแสเคป๊อปเข้ามาเป็นที่นิยมในประเทศไทย ก็มีกระแสนิยมได้หัวนและญี่ปุ่นอยู่ก่อนแล้ว จึงทำให้คนไทยคุ้นเคยกับวัฒนธรรมร่วมสมัยของเอเชียตะวันออก และเปิดรับกระแสเกาหลี หรือเคป๊อปได้ง่ายยิ่งขึ้น

3.2. ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี

ปัจจุบันคนไทยมีความคุ้นเคยกับการใช้อินเตอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย และสมาร์ตโฟน จึงง่ายต่อการเข้าถึงและแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ซึ่งข้อนี้ก็เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่เคป๊อปในประเทศไทยด้วย ผู้ที่ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งกล่าวว่า ในช่วงปี 2004 ที่เคป๊อปเริ่มเข้ามาในประเทศไทย อินเทอร์เน็ตเพิ่งจะได้รับความนิยม แต่ก็ยังไม่แพร่หลายเท่าใดนัก แต่ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความแพร่หลายมากขึ้น ก็สังเกตเห็นได้ชัดว่าเคป๊อปได้รับการเผยแพร่จนเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น และมีจำนวนแฟนคลับเคป๊อปมากขึ้นด้วย

3.3. การสนับสนุนจากแฟนคลับ

แฟนคลับถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญของเคป๊อป และมีส่วนในการส่งเสริมความนิยมของเคป๊อปทั้งทางตรงและทางอ้อม รายละเอียดจะกล่าวไว้ในหัวข้อ ‘แฟนคลับและความนิยมของเคป๊อปในประเทศไทย’

4. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and supporting industries)

4.1. ละครโทรทัศน์และภาพยนตร์เกาหลี

ในช่วงสิบปีที่ผ่านมาละครโทรทัศน์และภาพยนตร์เกาหลียังคงได้รับความนิยมในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และทั้งสองอย่างนี้ยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้คนไทยเข้าถึงเคป๊อปได้ผ่านทางเพลงประกอบละครหรือภาพยนตร์ อีกทั้งศิลปินเคป๊อปจำนวนไม่น้อยก็ยังทำงานแสดงควบคู่กับการเป็นนักร้องไปด้วย จึงทำให้คนได้รู้จักตัวศิลปินและอาจดึงดูดให้แฟนละครหรือภาพยนตร์หันไปสนใจผลงานในวงการเพลงด้วย

4.2. รายการโทรทัศน์

ปัจจุบันรายการโทรทัศน์ของเกาหลีหลายรายการได้รับความนิยมในหมู่คนไทยมาก และบางรายการยังถูกซื้อลิขสิทธิ์เข้ามาฉายทางช่องเคเบิลทีวีของไทยด้วย การที่กลุ่มศิลปินได้ไปเป็นแขกรับเชิญของรายการต่างๆ ก็ทำให้ศิลปินได้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ศิลปินบางกลุ่มยังมีรายการโทรทัศน์เป็นของตนเองด้วย อย่างวง BIGBANG หรือ 2PM ทางต้นสังกัดก็ได้จัดรายการออกฉั้นผ่านทางโทรทัศน์เพื่อคัดเลือกสมาชิกเข้ามาอยู่ในวง จึงทำให้พวกเขาได้รับความสนใจ เป็นที่รู้จัก และเริ่มมีแฟนคลับตั้งแต่ก่อนเดิเป็นศิลปินกลุ่ม หรือบางกลุ่มก็ได้ทำรายการแนวเรียลลิตี้หรือวาไรตี้ของตนเอง อย่างวง EXO ก็มีรายการ ‘EXO’s Showtime’ ซึ่งหลังรายการออกอากาศ พวกเขาก็ได้รับความนิยมสูงขึ้น เพราะรายการดังกล่าวเปรียบเหมือนสื่อที่ทำให้ผู้คนได้รู้จักถึงเสน่ห์ของพวกเขา ที่นอกเหนือจากการร้องและการแสดงบนเวทีนั่นเอง

แฟนคลับและความนิยมของเคป๊อปในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม สามารถระบุลักษณะของแฟนคลับเคป๊อปในไทยได้ว่า มีความรักในตัวศิลปินเช่นเดียวกับแฟนคลับในประเทศอื่นๆ มีความกระตือรือร้นในการติดตามผลงานของศิลปินและเผยแพร่สู่คนรอบตัวผู้ผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ และยังมีการรวมตัวกันเพื่อนำกิจกรรมเพื่อสังคมอีกด้วย

ส่วนการสนับสนุนของแฟนคลับนั้น สามารถแบ่งออกเป็น การสนับสนุนทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การสนับสนุนทางตรง ได้แก่ การซื้ออัลบั้ม หรือสินค้าออฟฟิเชียล (official goods) ของศิลปิน หรือซื้อบัตรไปชมคอนเสิร์ต หรืองานอีเวนท์เกี่ยวกับศิลปินที่จัดขึ้นในประเทศไทย และยังมีการร่วมโหวตศิลปินให้เข้าชิงรางวัลต่างๆ ซึ่งเมื่อ

การสนับสนุนทางอ้อม หมายถึง การทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผลงานของศิลปิน หรือสร้างประเด็นให้สังคมหันมาให้ความสนใจศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ กิจกรรมที่แฟนคลับไทย ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีผลทั้งในการเผยแพร่และคงความนิยมของศิลปินในประเทศไทย กิจกรรมที่ช่วยเผยแพร่ศิลปินได้แก่ การแชร์ผลงานของศิลปินผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค หรือการแนะนำแก่คนรอบตัว นอกจากนี้การแปลข่าว หรือการแปลซับไตเติลของเพลง ละคร ภาพยนตร์ หรือรายการโทรทัศน์ที่ศิลปินไปเข้าร่วม ก็ยังช่วยจัดซื้อจัดจ้างด้านภาษาและทำให้ผู้ที่เริ่มสนใจเข้าถึงผลงานของศิลปินได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ส่วนเรื่องการคงความนิยมนั้น อย่างที่กล่าวไว้ในบทนำว่า ถึงแม้ศิลปินเกาหลีจะเดินทางมาทำกิจกรรมที่ประเทศไทยอยู่ตลอด แต่พิจารณาแยกเป็นกลุ่มจะเห็นว่าแต่ละกลุ่มเดินทางมาประเทศไทยเฉลี่ยปีละครั้งหรือสองครั้งเท่านั้น ดังนั้นกิจกรรมของแฟนคลับจึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้แฟนคลับไม่ลืมศิลปิน

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ทำให้ศิลปินได้รับความนิยมในประเทศไทยมีความสอดคล้องกรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งปรับมาจาก Diamond Model (Michael Porter, 1990) เนื่องจากความนิยมในศิลปินของคนไทยนั้นเกิดจากหลายปัจจัยประกอบกัน ทั้งด้านสภาพแวดล้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ เงื่อนไขทางการผลิต เงื่อนไขทางการบริโภคหรืออุปสงค์ และยังมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันอีกด้วย ความนิยมของศิลปินในประเทศไทยนั้นเริ่มมาจาก เนื้อหาของศิลปินและตัวศิลปิน (เงื่อนไขทางการผลิต) กลยุทธ์การปรับตัวเข้าสู่ชุมชน (สภาพแวดล้อมในการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ) รวมถึงความนิยมในละคร ภาพยนตร์ และรายการโทรทัศน์ของเกาหลี (อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน) ทำหน้าที่เป็นตัวดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาสนใจ จากนั้นผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปิน แล้วจึงติดตามผลงาน และเผยแพร่แก่ผู้อื่นผ่านการบอกต่อหรือการแชร์โซเชียลมีเดีย ในรูปแบบของการแชร์เนื้อหา หรือทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้ผู้ที่สนใจเข้าถึงศิลปินได้ง่าย ผ่านการแปลเนื้อหาหรือข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินเป็นภาษาไทย และยังทำกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยกระตุ้นให้คนทั่วไปหันมาสนใจศิลปินอีกด้วย (เงื่อนไขด้านอุปสงค์) ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ก็มีส่วนช่วยทำให้ศิลปินความแพร่หลายในประเทศไทย

จากการอภิปรายข้างต้น วงจรดังกล่าวมีความสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค AISAS อันประกอบด้วย Attention, Interest, Search, Action และ Share (โคทาโร ชูกิยามะ, 2555) ซึ่งการบริโภคสินค้านั้นจะต้องเริ่มจากการที่ผู้บริโภคให้ความสนใจแก่ตัวสินค้าก่อน แล้วจึงทำการเสาะหาข้อมูล บริโภค และเผยแพร่แบ่งปันให้ผู้อื่นได้รู้จักต่อไป แสดงให้เห็นว่าความนิยมในศิลปินนั้น ไม่ได้เกิดจากปัจจัยทางฝั่งผู้ผลิต (Supply side) เท่านั้น แต่ยังมีที่มาจากฝั่งผู้บริโภค (Demand Side) ได้อีกด้วย ซึ่งผู้บริโภคที่มีความสำคัญในฐานะสื่อกลางในการเผยแพร่ศิลปินในประเทศไทยก็คือแฟนคลับของศิลปินศิลปินนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้คือ การนำปัจจัยต่างๆที่วิเคราะห์ออกมาเป็นแนวทางในการสร้างกระแสไทย หรือ ทีป๊อป (T-pop) ในต่างประเทศ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าปัจจุบันกระแสทีป๊อปก็เริ่มได้รับความนิยมในต่างประเทศ อย่างเช่น ประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศจีน แต่ยังขาดกลยุทธ์ต่างๆที่จะทำให้กระแสแพร่หลายอย่างกระแสเคป๊อป ดังนั้นหากนำกลยุทธ์ต่างๆที่เคป๊อปใช้ไปปรับใช้และสร้างกลยุทธ์เฉพาะของตนเองออกมาอาจจะช่วยส่งเสริมให้ทีป๊อปขึ้นมาเป็นกระแสนิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้นได้

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต เนื่องจากงานวิจัยนี้ทำการศึกษาเพียงกลุ่มศิลปินเกาหลีที่อยู่ในสังกัดค่ายเพลง 3 ค่าย แต่ในความจริงแล้วศิลปินเกาหลีที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยไม่ได้มีเพียงแค่ศิลปินจากสังกัดดังกล่าวเท่านั้น งานวิจัยในอนาคตอาจมีการศึกษากลุ่มศิลปินจากสังกัดอื่นๆด้วย และจากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าปัจจุบันคนไทยให้ความสนใจกับกลุ่มศิลปินหญิงของเกาหลีมากขึ้น ทั้งแบบติดตามเป็นแฟนคลับและรับชมแบบขจร หากมีการวิจัยที่เจาะลึกในกลุ่มดังกล่าวอาจจะทำให้ได้ทราบปัจจัยที่ทำให้เคป๊อปได้รับความนิยมเพิ่มเติม

รายการอ้างอิง

โคทาโร่ ชูกิยามะ. 2555. *วิธีเดินทัพ*. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

Cresswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3 ed.). Thousand Oaks, California: SAGE.

Doopedia. 2014. **K-POP**. Retrieved June 19, 2014, from http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=111123001254680

Kim Ho-Sang . 2012. **A study on success strategies for global marketing of K-pop: focusing on experts' in-depth interview**. Master's Thesis Department of Broadcasting & Visual Communication, Hanyang University.

Korean Culture and Information Service (KOCIS). 2011. **K-pop, the new force of pop music**. Korea: Korean Culture and Information Service.

Michael Porter. 1990. **The Competitive Advantage of Nations**. Retrieved May 10, 2014, from <http://kkozak.wz.cz/Porter.pdf>

Seo Min-Soo. 2012. "What Business Can Learn from K-pop for Global Strategy." **Korea Focus**. April 2014 Retrieved June 19, 2014, from http://www.koreafocus.or.kr/design3/essays/view.asp?volume_id=120&content_id=104017&category=G