

กลุ่มงานวิจัย / วิทยานิพนธ์
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การอนุรักษ์ชุมชนและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม**ริมแม่น้ำกก จังหวัดเชียงราย****THE CONSERVATION OF COMMUNITY AND CULTURAL
ENVIRONMENT : MAEKOK RIVER BANK CHIANG RAI PROVINCE****ชนกพร ไพสุทธิกุล****อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม****E-mail : Chanokporn.ph@spu.ac.th****บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม โดยศึกษาองค์ประกอบต่างๆ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและแม่น้ำ สภาพกายภาพของชุมชน ผังหมู่บ้านและเรือนพื้นถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิต คติความเชื่อ ประเพณีและพิธีกรรม ตลอดจนผลกระทบและความเปลี่ยนแปลง เพื่อนำเสนอแนวทางการอนุรักษ์ของชุมชนจำนวน 3 ชุมชนที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำกก จังหวัดเชียงราย คือชุมชนบ้านรวมมิตร ชุมชนบ้านจะคือ และชุมชนแม่สลัก

โดยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา และการวิจัยเชิงค้นพบ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้คือ แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยทำการสำรวจภาคสนาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและการอธิบาย

จากการศึกษาพบว่าทั้ง 3 ชุมชนที่ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ล้วนมีความสัมพันธ์กับแม่น้ำ ทั้งวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ตลอดจนการดำรงชีพ เนื่องจากชุมชนส่วนใหญ่ดำรงชีพด้วยการเกษตรกรรมและกสิกรรม ตลอดจนมีประเพณี พิธีกรรมทางด้านความเชื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำ และปัจจุบันชุมชนเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากผลกระทบในด้านต่างๆ ทำให้เกิดปัญหาทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน์ ปัญหาด้านวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตทั้งด้านกายภาพและจิตใจ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการกำหนดแนวทางการอนุรักษ์ในระยะสั้นและระยะยาวโดยดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานด้านการอนุรักษ์ ทั้งนี้ควรให้เป็นไปตามรูปแบบลักษณะเฉพาะตัวของชุมชน ตามอัตลักษณ์และชาติพันธุ์ที่อาศัยในชุมชน ตลอดจนสร้างความเข้าใจ และตระหนักต่อคุณค่าทรัพยากรทางวัฒนธรรม เพื่อให้ชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองเพื่อรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น คุณค่าทางวัฒนธรรม และเพื่อความยั่งยืนของชุมชนอย่างแท้จริง

คำสำคัญ : อนุรักษ์ สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม แม่น้ำกก

ABSTRACT

This research aims to study a cultural environment. By studying various components, such as relationship between communities and rivers, physical condition of the community, village plan and local housing including one's way of life, beliefs, traditional and rituals. And the impact and change to provide guidelines for conservation of communities. There are 3 communities located along Kok River, Chiang Rai province. They are Ruammit House community, Ja-kue House community and Mae Salak community

This is descriptive research and discovery research. Tool use is an observation (non-interactive) and semi-structured interviews by doing fieldwork research and collect data to analyze content and description.

The study found that all 3 communities consist of many ethnics who associated with rivers, one's way of life and livelihood including living. Most of the communities are living by farming and agriculture. They also have tradition, rituals associated with rivers. At the present they begin to vary from impact in various fields. The impact causes problems for both the environment and ecology. Cultural issues which result in one's way of life for both physical and mental. The researcher suggests that there should be a set of guidelines for conservation in short and long term. By working with conservation agencies, however, should be in accordance with characteristics of the community based on ethnic identity who lives in the community. Including build understanding and recognize the value of cultural resource. So that community can survive on their own to preserve local wisdom, cultural values and truly sustainability of community.

KEYWORDS: Conservation Environment Culture Kok River

1. บทนำ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย มีความหลากหลายของชาติพันธุ์สูงที่สุดจังหวัดหนึ่ง มีความสอดคล้องกับรูปแบบของถิ่นอาศัยและวัฒนธรรมที่สืบต่อกันมา (บุญช่วย ศรีสวัสดิ์ : 2551) และยังเป็นปฐมอาณาจักรล้านนา ซึ่งมีมรดกทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน มีแม่น้ำกกซึ่งมีต้นกำเนิดในประเทศพม่าไหลเข้าสู่ประเทศไทย ผ่านอำเภอแม่จัน อำเภอเวียงชัย ไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่บ้านสบกก ในอำเภอเชียงแสน ซึ่งสายน้ำนั้นเป็นบ่อเกิดแห่งวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรม วรรณกรรม ศิลปพื้นบ้าน ประติมากรรม สถาปัตยกรรม รวมถึงการวางผัง (สุเมธ ชุมสาย ณ อยุธยา, 2528 : 5) ปัจจุบันริมฝั่งแม่น้ำยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีการตั้งถิ่นฐานอยู่อย่างหนาแน่น โดยเฉพาะชาติพันธุ์ชนเผ่า ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จึงทำให้มีความแตกต่างทางด้านความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมตามพื้นฐานของประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของสังคมตามวิถีชีวิตของชนเผ่า

และเมื่อวัฒนธรรมคือสิ่งสะท้อนความนึกคิดและวิถีชีวิตของคนในแต่ละสังคม ที่มนุษย์ในอดีตได้พยายามสร้างสรรค์ขึ้น และได้ตกทอดเป็นมรดกสืบมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน และมีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ไว้ (สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, 2523 : 93) ซึ่งในการอนุรักษ์นั้นมักจะเกิดปัญหาและข้อขัดแย้งในชุมชนเสมอทั้งปัญหาทางด้านเทคนิคและปัญหาทางด้านการเมือง แรงจูงใจในการอนุรักษ์ รวมทั้งกระบวนการ

อนุรักษ์ซึ่งมีรายละเอียดที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศควรจะปรับการดำเนินการให้เหมาะสมกับบริบทของตนเอง (สิทธิพร ภิรมย์รัตน์, 2547 : 40)

ซึ่งในปัจจุบันวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นได้ถูกทำลายและเปลี่ยนแปลงไปมากทั้งจากนโยบายส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของบริบทด้านอื่นๆ จึงทำให้หมู่บ้านและพื้นที่ต่างๆ ได้รับความกระทบต่อการพัฒนาเมืองทั้งทางกายภาพ เศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เป็นไปอย่างไร้ทิศทาง มีการตั้งถิ่นฐานอย่างไร้ระเบียบ ขาดการคำนึงถึงความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมและการใช้พื้นที่

ดังนั้นการอนุรักษ์และรักษาคุณค่าของชุมชน เพื่อสืบทอดเอกลักษณ์ของชุมชนชาติพันธุ์พื้นถิ่นเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเหมาะสม และสามารถตอบสนองต่อวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ควรศึกษาและแก้ไข เพื่อให้วัฒนธรรมท้องถิ่นมีความเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จึงนับว่าเป็นประโยชน์ ในกรณีที่ทำการศึกษา เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้และนำไปสู่รูปแบบการพัฒนา รวมถึงการอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

2. คำถามวิจัย

1. การดำรงอยู่และวิถีชีวิต ตลอดจนวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ชนเผ่าในชุมชนมีความสัมพันธ์กับแม่น้ำ ตลอดจนสภาพแวดล้อมอย่างไร
2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจและสังคมส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมรวมถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในชุมชนท้องถิ่นหรือไม่อย่างไร

3. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

3.1 แนวความคิดและกระบวนการการอนุรักษ์ (สิทธิพร ภิรมย์รัตน์, 2547 : 40) ได้กล่าวถึงความหมายของการอนุรักษ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น

การปฏิสังขรณ์ (Restoration), การฟื้นฟูบูรณะ (Rehabilitations and Renovation), Replication และการสงวนรักษาให้ใช้ประโยชน์ได้นานต่อไปในอนาคต (Conservation) โดยการอนุรักษ์มักเกิดจากแรงจูงใจหลายประการที่นำไปสู่การดำเนินการได้แก่ เพื่อพิทักษ์มรดกของสังคม (Protect our Legacy/ Heritage), เพื่อสร้างความหลากหลายมีชีวิตชีวาให้เกิดขึ้น (Ensure variety in urban fabric), และเพื่อผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ (Economic)

The Burra Charter (Australia ICOMOS, 1999) กล่าวถึงกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ในการอนุรักษ์ คือ การระบุสถานที่อนุรักษ์และส่วนที่เกี่ยวข้อง (Identify Place and associates) การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของสถานที่อนุรักษ์ (Gather & Record Information about The Place Sufficient to Understand Significance) การประเมินความสำคัญ (Assess Significance) การจัดเตรียมเอกสารหรือข้อความที่เป็นทางการของสถานที่หรือสิ่งที่จะอนุรักษ์ (Prepare Statement of Significance) การระบุภาระจำยอมที่เกิดจากความสำคัญ (Identity Obligations Arising from Significance) การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่ออนาคตของสถานที่อนุรักษ์ (Gather Information About other Factors Affecting the Future of the Place) การพัฒนา นโยบาย (Develop Policy) การจัดเตรียมข้อความนโยบายในการดำเนินการอนุรักษ์ (Prepare a Statement of

Policy) การบริหารจัดการสถานที่อนุรักษ์ตามที่กำหนดในนโยบาย (Manage Place in Accordance with Policy) และการติดตามและปรับปรุงแก้ไข (Monitor and Review)

3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น

(วิวัฒน์ เตมียพันธ์ : 2537) กล่าวถึงความสำคัญของงานสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น โดยเฉพาะเรือนพักอาศัย ตลอดจนแนวทางการศึกษาและความสำคัญต่อการศึกษาศาปัตยกรรมท้องถิ่น

(อรศิริ ปาณินท์ : 2537) กล่าวถึงการวางผังหมู่บ้าน ลักษณะทางกายภาพและภูมิศาสตร์ของหมู่บ้าน ความสัมพันธ์ของบ้านและวัดในหมู่บ้าน ตลอดจนองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีผลต่อสถาปัตยกรรม

(อรศิริ ปาณินท์ : 2552) กล่าวถึงภูมิลักษณะของภาคเหนือ สภาพแวดล้อมของเรือนอันเนื่องมาจากระบบนิเวศ ระบบสังคมกับระบบเมืองฝ่าย และภูมิปัญญาล้านนาในวิถีชีวิตและเรือนพักอาศัยอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศ

(บุญช่วย ศรีสวัสดิ์ : 2551) กล่าวถึงลักษณะทางวัฒนธรรม ขนบประเพณี และรูปแบบของที่อยู่อาศัย รวมถึงวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ จำนวน 30 ชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย

4. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

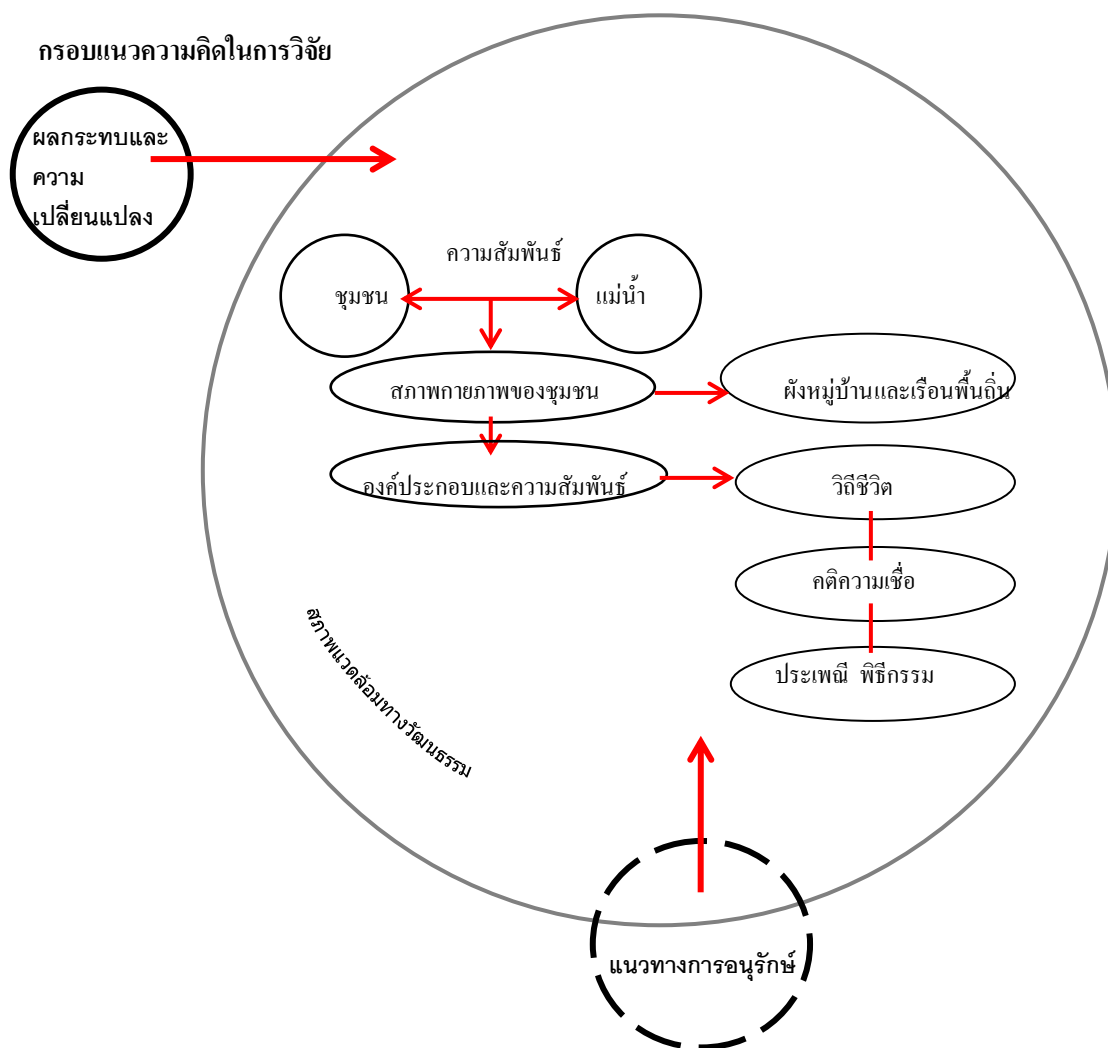
4.1 เพื่อศึกษาถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต การอยู่อาศัยของชาติพันธุ์ชนเผ่าตามความหลากหลายและที่ตั้งของชุมชนริมฝั่งแม่น้ำกก ตลอดจนศึกษาถึงบริบทความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและแม่น้ำ

4.2 เพื่อศึกษาผลกระทบที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตกจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

4.3 เสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการอนุรักษ์เพื่อให้สามารถรักษาไว้ซึ่งคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

5. วิธีการดำเนินวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัย ศึกษาถึงปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆที่มีผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพทางกายภาพของชุมชน รวมทั้งองค์ประกอบ ชุมชนริมแม่น้ำกกจากท่าตอน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่ ถึงสะพานแม่ฟ้าหลวง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยได้เลือกชุมชนที่ศึกษา แบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีเงื่อนไขคือ เป็นหมู่บ้านหรือชุมชนขนาดใหญ่ มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์รวมทั้งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตประกอบด้วย บ้านจะคือ , บ้านรวมมิตร และบ้านแม่สลัก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้การเก็บข้อมูลจากการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ และสำรวจและบันทึกข้อมูลภาคสนาม (Field Work) ตลอดจน สัมภาษณ์จากผู้รู้หรือผู้นำชุมชน รวมทั้งรวบรวมข้อมูลจากครัวเรือนตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากครัวเรือนอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งเป็นลักษณะเชิงบรรยาย เพื่อสังเคราะห์และสรุปความสัมพันธ์ และความเชื่อมโยงระหว่างสภาพแวดล้อมและบริบททางวัฒนธรรมของแต่ละชาติพันธุ์ชนเผ่าแต่ละชุมชนตามกรอบแนวคิดของการวิจัย



6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้สามารถสรุปผลได้ว่าการดำรงอยู่และวิถีชีวิต ตลอดจนวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ชนเผ่าในชุมชนมีความสัมพันธ์กับแม่น้ำตลอดจนสภาพแวดล้อม โดยมีผลการวิจัยดังนี้คือ

6.1 สรุปความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม

6.1.1 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับแม่น้ำ

พบว่าในแต่ละชุมชนที่ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ล้วนมีความสัมพันธ์กับแม่น้ำ ทั้งวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ เนื่องจากในชุมชนส่วนใหญ่ดำรงชีพด้วยการเกษตรกรรม การทำไร่ ทำนา มีการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ ซึ่งมีทั้งไว้ใช้งาน เป็นอาหารและเช่นสังเวศ ตลอดจนมีประเพณีที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำ เช่น ประเพณีสงกรานต์ และพิธีกรรมทางด้านการเชื่อต่างๆ

6.1.2 ด้านสภาพกายภาพของชุมชน

จากนโยบายในการพัฒนาชาวเขา ทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนในพื้นที่ต่างๆ โดยเฉพาะริมฝั่งแม่น้ำ แต่ในขณะเดียวกันพื้นที่ของชุมชนต่างๆ ส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่บุกรุก ที่ยังไม่มีเอกสารสิทธิ์ตลอดจนการขยายตัวของชุมชนบางแห่งยังคงเป็นไปอย่างไร้ทิศทาง จากฝั่งชุมชนเดิมที่วางผังจากความเชื่อ และพิธีกรรม

ต่างๆ เช่นตำแหน่งการปลูกเรือน หรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่เกิดจากการเสี่ยงทายตามความเชื่อ ทำให้การจัดวางตำแหน่งของสถานที่ต่างๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงไป

และด้านของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น พบว่าแต่เดิมมีการนำวัสดุที่ใกล้ตัวมาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำรงอยู่เท่าที่จำเป็น แสดงถึงความประหยัดและเรียบง่าย และรูปทรงที่มีสัดส่วนสวยงาม สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยทางวัฒนธรรม แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน เช่นเปลี่ยนไปใช้วัสดุสมัยใหม่มากขึ้น จนบ้านเรือนบางแห่งไม่สามารถหารูปแบบเอกลักษณ์แบบดั้งเดิมได้ สาเหตุหนึ่งมาจากการขาดแคลนวัสดุก่อสร้างจากธรรมชาติ เพราะการลดจำนวนลงของต้นไม้ใหญ่ในป่า ตลอดจนการต้องการความสะดวกสบาย และต้องการยกระดับชีวิตให้ดีขึ้นและทันสมัยตามอย่างคนในเมืองมากขึ้น

6.1.3 ด้านวิถีชีวิต คติความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรม

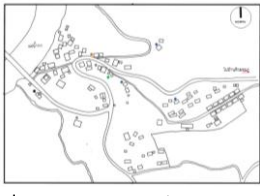
ในปัจจุบันพบว่าวิถีชีวิตในด้านต่างๆ เริ่มเกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน เช่น ในชุมชนบ้านรวมมิตร ในการทำไร่ของชนเผ่ากะเหรี่ยงแต่เดิมเริ่มเดือนห้าย จากอดีตที่ได้ยึดอาชีพทำนา ทำสวนเลี้ยงช้างเพื่อการเกษตร ก็ปรับเปลี่ยนไปสู่การท่องเที่ยวกลายเป็นอาชีพใหม่ เช่น การบริการทัวร์ช้าง การเดินป่า และการค้าขายเข้ามาแทนที่

ในส่วนของพิธีกรรมแบบดั้งเดิม จะหาได้ยากมากขึ้น การประกอบพิธีกรรมทางศาสนา บางอย่างจะไม่นิยมปฏิบัติกันสำหรับคนในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการทำพิธีแบบดั้งเดิมต้องใช้เวลานาน จึงมีการย่นระยะเวลา ทำให้ส่วนสำคัญของพิธีได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นแบบใหม่ คือ รวดเร็ว และลดขั้นตอนของบางอย่างไป ทำให้วัฒนธรรมพื้นถิ่นเริ่มมีการสูญหาย หรือไม่ได้ถูกจัดขึ้นเหมือนในอดีต แต่จะพบเห็นได้ในลักษณะการรวมกลุ่มภายใต้การบริหารจัดการในส่วนของจังหวัด เพื่อวัตถุประสงค์ต่อการท่องเที่ยว โดยกำหนดเป็นปฏิทินสำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวที่แสดงการแต่งกายและวัฒนธรรมชนเผ่าเข้ามาแทนที่

6.2 ผลกระทบและความเปลี่ยนแปลง

พบว่าการเพิ่มขึ้นของประชากรและนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการดำเนินการต่างๆ เช่น ที่พัก การบุกรุกที่ดิน ก่อให้เกิดผลกระทบกับสภาพชุมชนและธรรมชาติริมฝั่งน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนกะเหรี่ยงที่นักท่องเที่ยวขาดความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทำให้เกิดปัญหาในด้านของสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการใช้สารเคมีในการเกษตรกรรม เกิดสารพิษและปัญหาต่อระบบนิเวศน์ และปัญหาด้านวัฒนธรรม ซึ่งการเปลี่ยนทางสังคม และเศรษฐกิจทำให้เกิดผลกับวิถีชีวิตทั้งทางด้านกายภาพและด้านจิตสำนึก ขาดการส่งเสริมการอนุรักษ์ที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม มองไม่เห็นคุณค่าอย่างแท้จริง

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์กับแม่น้ำในแต่ละชุมชน

ชุมชน		บ้านรวมมิตร	บ้านจะคือ	บ้านแม่ลัด
กลุ่มชาติพันธุ์		ประกอบด้วย กะเหรี่ยง ม้ง มูเซอ อาข่า ลาหู่ลีซอ ไทลื้อ และคนพื้นเมือง โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นชาว กะเหรี่ยง	ประชากรส่วนใหญ่และเกือบทั้งหมดของหมู่บ้านเป็นชาวล่าหู่ หรือมูเซอ	ประชากรประกอบไปด้วยชาวอาข่า, ลาหู่, จีนและ เข่า
สภาพแวดล้อม		  เป็นลักษณะหมู่บ้านท่องเที่ยว มีปางช้างสำหรับเที่ยวบริเวณโดยรอบหมู่บ้าน บ้านเรือนอยู่อย่างหนาแน่นมีถนนสายหลักตัดผ่านกลางหมู่บ้าน	  เป็นลักษณะมีป่าเขาล้อมรอบชุมชน มีพื้นที่ทำไร่ ทำนาเป็นลักษณะขั้นบันได โดยมีพื้นที่ทำสวนจะอยู่บริเวณรอบหมู่บ้าน	  เป็นลักษณะอยู่บนไหล่เขาตามเส้นทางถนนสายหลัก โดยมีหลายหมู่บ้านกระจายอยู่ตั้งแต่ตอนล่างของแม่น้ำกก จนถึงบริเวณภูเขาด้านบน
องค์ประกอบและความสัมพันธ์	วิถีชีวิต	ชุมชนกะเหรี่ยงรวมมิตรใช้แม่น้ำกกเป็นเส้นทางสัญจรหลัก โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ท่องเที่ยว รวมทั้งการค้าขาย การทำนา ทำไร่	ชนเผ่าลาหู่ส่วนหนึ่งในชุมชนยังชีพด้วยการเป็นจับปลาในแม่น้ำนอกเหนือจากปลูกข้าว และข้าวโพด ใช้แม่น้ำกกเป็นเส้นทางสัญจรเป็นบางส่วน	การดำรงชีวิตส่วนใหญ่ คือการทำไร่ ทำนา ทำสวนหาของป่า และออกไปรับจ้างนอกพื้นที่ ใช้แม่น้ำกกเป็นเส้นทางสัญจรเป็นบางส่วน
	คติและความเชื่อ	-เชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ของแม่น้ำ ลำธาร - เชื่อในแม่น้ำนางที่คุ้มครองเรือในการเดินทางคมนาคมทางน้ำ	เชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ของแม่น้ำ ลำธาร	เชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ของแม่น้ำ ลำธาร
	ประเพณีพิธีกรรม	ประเพณีดำหัวช้าง (ช้าง) ประเพณีสงกรานต์	ประเพณีแซกก่อ(ก่อทราย) ประเพณีกินวอ ประเพณีสงกรานต์	ประเพณีลอยกระทง พิธีสงฆ์เมื่อสิ้นฤดูฝน (ชาวอาข่า) ประเพณีสงกรานต์

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะของบ้านเรือนจากอดีต - ปัจจุบัน

ชุมชน	บ้านรวมมิตร	บ้านจะก่อ	บ้านแม่สลัก
สภาพดั้งเดิม			
สภาพที่เริ่มเปลี่ยนแปลง			

7. อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันชุมชนหลายแห่งยังขาดการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ชุมชน เนื่องจากยังพบปัจจัยและปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิต ทำให้ชุมชนมุ่งสู่การแก้ปัญหาในระดับพื้นฐานของชุมชน เช่น ถนน ระบบสาธารณูปโภค การดำรงชีวิตพื้นฐานต่างๆ

และจากยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของล้านนา (Chiang Rai Capital of Lanna) และพัฒนาการท่องเที่ยวเน้นฐานเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ผู้วิจัยเห็นว่าควรอนุรักษ์ชุมชนตามรูปแบบลักษณะเฉพาะตัวของชุมชน โดยขึ้นอยู่กับอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนและชาติพันธุ์ที่อาศัยในชุมชน จะก่อให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมกับแม่น้ำกก ซึ่งสามารถกำหนดแนวทางการอนุรักษ์ในระยะสั้นและระยะยาว เช่น

แนวทางในระยะสั้น

1. จัดตั้งตัวแทนจากชุมชน ดำเนินงานกับหน่วยงานด้านการอนุรักษ์ เช่น มูลนิธิกระจกเงา องค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ชุมชน เพื่อดำเนินการด้านการวางแผน และแนวทางการอนุรักษ์

2. ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะในบางกิจกรรมเช่น พิธีขึ้นปีใหม่ พิธีไล่ชิงช้า ของชาวอาข่า ซึ่งสามารถส่งเสริมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

แนวทางในระยะยาว

1. จัดทำแนวทางเพื่อรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และคุณค่าทางวัฒนธรรม เพื่อความยั่งยืนของชุมชน
2. สร้างความเข้าใจต่อกันในชุมชน เพื่อให้ตระหนักต่อคุณค่าทรัพยากรทางวัฒนธรรม และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดการจัดการทรัพยากรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง
3. ส่งเสริมผู้คนในชุมชนมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ จูงใจให้เห็นความสำคัญ ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเชิงอนุรักษ์โดยเฉพาะผู้นำชุมชน ต้องมีส่วนสำคัญและเป็นผู้ดำเนินการฟื้นฟูเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมอย่างเข้าใจ

4. ในด้านการท่องเที่ยว ต้องส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชนเข้าใจในหลักการและแนวคิดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบและเหมาะสมกับท้องถิ่นตลอดจนจัดระเบียบการใช้พื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น

และสำหรับงานวิจัยเพิ่มเติมครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับชุมชนอื่นๆที่มีความเชื่อมโยงในแง่บริบททางวัฒนธรรมต่อกัน และจากพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีปทุมที่ได้จัดสรรทุนอุดหนุนงานวิจัยสำหรับการดำเนินงาน และรองศาสตราจารย์ ดร.วิระ อินพันทั้ง ผู้ทรงคุณวุฒิที่แนะนำแนวทาง ให้คำปรึกษาลดลดการทำวิจัย

รายการอ้างอิง

กรมอุทยานแห่งชาติ, 2550. การใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณลำน้ำกก. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

ต้นข้าว ปาณินท์ และคณะ. 2547. คติความเชื่อและระบบสังคมซึ่งสัมพันธ์กับเรือนและการอยู่.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2551. เชียงรายรำลึก ฐานรากสู่อนาคตการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ชีโนพับลิชชิง.

บุญช่วย ศรีสวัสดิ์. 2551. 30 ชาติในเชียงราย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ศยาม .

มหาวิทยาลัยศิลปากร, โครงการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม เพื่อดึงดูด

นักท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ยศ สันตสมบัติ และคณะผู้วิจัย. 2546. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการจัดการ

ทรัพยากร. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่ : วิทอินดีไซด์ .

วิวัฒน์ เตมียพันธ์. 2537. “ความสำคัญของสถาปัตยกรรมท้องถิ่น”. วารสารสถาปัตยกรรมอาษา. พฤศจิกายน : 43 - 52 .

สิทธิพร ภิรมย์รัตน์. “ การอนุรักษ์ชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม: แนวความคิด หลักการและผล
การปฏิบัติ ”. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. 20 (2546-47) : 40.

สุเมธ ชุมสาย ณ อยุธยา. 2528. น้ำบ่อเกิดแห่งวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ : เอ็น เอส พีพริ้นติ้งกรุ๊ป .

สำนักงานจังหวัดเชียงราย. 2553. แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2553 – 2556. เชียงราย :

คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ จังหวัดเชียงราย .

อรศิริ ปาณินท์. 2543. ปัญหาสร้างสรรค์ในเรือนพื้นถิ่นอุษาคเนย์. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศิลปากร. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

อำพัน ไชยวรศิลป์. 2551. เล่าเรื่องเมืองเหนือ. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟิก .

Colon Buchanan and Parthers, 1972. “ Bath : A study Conservation “ in Report to Minister of Housing and
Local Government and Bath City Council. London: HMSO. P 127 .

Roy Worskett, The Character of town .1969. An Approach to conservation. P 42-56

คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีที่ส่งผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด

ในเขตกรุงเทพมหานคร

THE ADMINISTRATIVE MONK 'S GOOD CHARACTERISTICS EFFECTING THE MANAGEMENT OF THAI TEMPLES IN BANGKOK METROPOLITAN

นิวัติ จันทราช

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

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

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีที่ส่งผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พระภิกษุที่ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส จำนวน 205 รูป ในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลงานวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เป็นผู้ช่วยเจ้าอาวาสมากกว่ารองเจ้าอาวาส ซึ่งส่วนใหญ่อายุ 59 ปีขึ้นไป และมีอายุพรรษา 34 พรรษาขึ้นไป ด้านระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของเจ้าอาวาส รองเจ้าอาวาสและผู้ช่วยเจ้าอาวาส 1 - 5 ปี ด้านวุฒิการศึกษา คือ นักธรรมเอก และวุฒิการศึกษาทางโลก คือ ปริญญาตรี คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดี โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี สภาพการบริหารงานการจัดการวัดของคณะสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการวิเคราะห์นโยบาย ด้านการจัดการการเงินและการคลัง ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดการสารสนเทศ ด้านความสัมพันธ์กับองค์กรอื่น ๆ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

การทดสอบสมมุติฐานพบว่าคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัดในด้าน การวิเคราะห์นโยบาย ด้านการจัดการการเงินการคลัง ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดการสารสนเทศ และ ด้านความสัมพันธ์กับองค์กรอื่น ๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : พระนักบริหาร การบริหารจัดการวัด คุณสมบัติที่ดี

ABSTRACT

Purpose of the study "The Administrative monk's good Characteristics effecting the Management of Thai temples in Bangkok metropolitan" is to study Characteristics of competent administrative monk effecting the

Temple's management in Bangkok. The population under this study were composed of abbot, or vice abbot or abbot's secretary. The population were abbot, or vice abbot or abbot's secretary. 205 monks holding a position of abbot, or vice abbot or abbot's secretary in Bangkok area are used as samples of this research. Questionnaire is utilized as a data collection tool. Statistical analysis methods are Percentage, Average, Standard Deviation, and Regression Analysis at the level of confidence of 95%. Data is analyzed by package program in order to conduct this social research.

Research result was found that most of respondents are currently holding a position of abbot assistance, most of them are over 59 years old age and being a monk for more than 34 years, holding a position of abbot, vice abbot, and abbot's secretary in a period of 1-5 years, having highest level of Dharma Scholar and the secular education is bachelor degree. Characteristics of a good administrative monk, on the average, are at a high level. Clergy's administration in Bangkok's area, in average, in term of policy analysis, finance and monetary management, human resource management, information management, and relationship with other organizations, is at a high level.

Hypothesis testing found that the Characteristics of administrative monk affects the temple's administration in term of policy analysis, finance and monetary management, human resource management, information management, and relationship with other organizations at a signification level of 0.05

KEYWORDS: Administrative monk, Temple's administration, Good Characteristics

บทนำ

สถาบันสงฆ์ไทย ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งแห่งสถาบันพระพุทธศาสนาเป็นหนึ่งในสามของสถาบันหลักของชนบทชาติไทยที่ดำเนินกิจกรรมหลายอย่างทางสังคม เพื่ออำนวยประโยชน์สุขของสมาชิกและความเจริญก้าวหน้าทางสังคม จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องจัด “องค์การบริหาร” ขึ้น การบริหารคณะสงฆ์ได้มีมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล หลักที่ใช้ในการบริหารปกครองในครั้งนั้นคือ พระธรรมวินัย องค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงบริหารปกครองโดยธรรมาธิปไตย สำหรับการบริหารคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน ถือว่าเป็นการปกครองในระบบประชาธิปไตย โดยสมเด็จพระสังฆราช ทรงเป็นองค์ประธานมีการบังคับบัญชากันลงไปตามลำดับชั้นตั้งแต่ระดับเถรสมาคมลงไปจนถึงเจ้าอาวาส (มาฆพ พลไพรินทร์, 2531:10)

ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการปรับตัวเป็นสิ่งสำคัญมากของโลกปัจจุบัน เมื่อรูปแบบต่างๆ เปลี่ยนไป องค์การต่างๆ ก็ต้องปรับเปลี่ยนให้ดี หากไม่ยอมให้มีการปรับเปลี่ยนก็จะมีปัญหาหนัก เจ้าคณะอำเภอและเจ้าคณะตำบล หรือพระสังฆาธิการทุกระดับชั้นจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ทั้งในอนาคดหลักสูตรสำหรับการอบรมพระสังฆาธิการ จะมีการเพิ่มเรื่องการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการเป็นที่พึ่งของประชาชน ภาระหน้าที่ของสังคม ต่อชุมชน และความรู้รอบตัวเรื่องสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมที่เกี่ยวข้องหรือเรื่องที่กระทบต่อคณะสงฆ์เรื่องกฎหมายของคณะสงฆ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ที่สำคัญต้องมีความรู้พื้นฐานด้านไอทีเบื้องต้นด้วย (สุทธิวงศ์ ดันยาพิศาลสุทธิ, 2545: 15)

สถานการณ์พระพุทธศาสนาในเมืองไทยในปัจจุบัน จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม แต่ต้องไม่ทำให้วิถีชีวิตตามหลักพรหมจรรย์ในพระพุทธศาสนาต้องสูญเสียไป พระสงฆ์ในสายตาของประชาชนทั่วไป อยู่ในอาการที่อาจกล่าวได้ว่าเสื่อมถอย ถึงกับใช้คำว่า “วิกฤตศรัทธา กาฬาสังคม หรืออื่นๆ” เหล่านี้ เป็นสิ่งที่บอกเหตุว่าเป็นปัญหาในการบริหารปกครองสงฆ์ ที่พระสังฆาธิการทุกๆ ระดับประสบอยู่เสมอ เช่น พระภิกษุสามเณรในปกครองทำผิดพระธรรมวินัยอย่างอื้อฉาวขึ้นทั้งกรณีความสัมพันธ์ระหว่างพระกับสตรี พระกับประชาชนในแต่ละชุมชน การวางตนที่ไม่เหมาะสมของพระ ขาดสันโดษ ขาดการสำรวม ทำให้ภาพพจน์ของพระพุทธศาสนาหมัวหมองไปด้วย วัดหลายแห่งเน้นพัฒนาด้านอาคารสถานที่ มากกว่าพัฒนาเพื่อมุ่งประโยชน์ต่อการศึกษายอบรมพระภิกษุ สามเณร หรือการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของประชาชนในแต่ละชุมชน ไม่สามารถเป็นที่พึ่งทางการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับหลักธรรมของพระศาสนาได้ (ไพโรจน์ เลิศพิริยกุลมณ , 2539 : 5)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวมา แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส ซึ่งเป็นผู้บริหารจัดการวัด ยังขาดความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ และขาดความสามารถในการปรับตัวให้ทันกับยุคในการเปลี่ยนแปลงของโลก ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญและปัญหาดังกล่าวข้างต้นนี้ จึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีที่ส่งผลต่อสภาพการบริหารงานจัดการวัด ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส ว่าได้มีการนำหลักทฤษฎีการบริหาร ทั่วไปมาพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพทางการบริหารงานการคณะสงฆ์ เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการบริหารการจัดการวัดคณะสงฆ์ และงานพระศาสนา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีที่ส่งผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณสมบัติของพระนักบริหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาสให้ดียิ่งขึ้น
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการบริหารงานของเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส ในทุกระดับชั้นให้มีประสิทธิภาพและเป็นระบบแบบแผนยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยศึกษาถึงคุณสมบัติพระนักบริหารที่ดีที่ส่งผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส และนำแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิด ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพระสงฆ์

1.1 การบริหารปกครองคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน

การปกครองคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน ถือว่าเป็นการปกครองในระบอบประชาธิปไตย โดยมีสมเด็จพระสังฆราชทรงเป็นประธาน มีการบังคับบัญชากันลงไปตามลำดับชั้น นับตั้งแต่ระดับมหาเถรสมาคมลงไปจนถึงเจ้าอาวาส อันเป็นการปกครองบังคับบัญชาตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ.2505 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2535

กฎหมายมหาเถรสมาคม ฉบับที่ 24 (พ.ศ.2541) ระบุไว้ในข้อ 4 ว่า พระภิกษุที่มีอำนาจหน้าที่บริหารปกครองคณะสงฆ์ เรียกว่า พระสังฆาธิการ ซึ่งมี 6 ระดับ 12 ตำแหน่ง ดังนี้

1. เจ้าคณะใหญ่
2. เจ้าคณะภาค รองเจ้าคณะภาค
3. เจ้าคณะจังหวัด รองเจ้าคณะจังหวัด
4. เจ้าคณะอำเภอ รองเจ้าคณะอำเภอ
5. เจ้าคณะตำบล รองเจ้าคณะตำบล
6. เจ้าอาวาส รองเจ้าอาวาส ผู้ช่วยเจ้าอาวาส

1.2 ตำแหน่งและอำนาจหน้าที่ของผู้บริหารคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน

พระเทพปริยัติสุธี (2540: 8) ได้อธิบายว่า เจ้าคณะใหญ่ซึ่งเป็นพระสังฆาธิการสังกัดในส่วนกลาง เพียงตำแหน่งเดียว เป็นผู้ประสานงานกับองค์กรสมเด็จพระสังฆราชมหาเถรสมาคม หน่วยงานในส่วนกลาง และประสานงานกับเจ้าคณะในส่วนภูมิภาคปฏิบัติหน้าที่ปกครองคณะสงฆ์ในหนและคณะอื่นๆ

1.3 คุณสมบัติของผู้บริหาร

น้อย ลายคราม และสุบรรณ จันทบุตร (2539: 167) กล่าวถึงคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดี ไว้ดังนี้

1. เป็นผู้ทรงศีล ทรงธรรม ทรงวินัย
2. เป็นผู้มีการงานสะอาดไม่ประพฤตินอกรีดนอกรอยแห่งสมณะ
3. เป็นผู้ฉลาดแห่งอุบายแห่งทางเจริญทางเสื่อม
4. เป็นผู้วิสัยทัศน์ มองเห็นการณ์ไกล สร้างธรรมทายาท (บุคลากร) เพื่อสืบทอดงานบริหาร

ปกครองแทนตน

5. ผู้มีภาวะผู้นำ
6. เป็นผู้ประกอบด้วยสัปปริยธรรม 7 ได้แก่ การรู้หลักการ รู้จุดหมาย รู้ตน รู้ประมาณ รู้กาล รู้ชุมชน และรู้บุคคล
7. เป็นผู้มียุคลิภาพที่ดี
8. เป็นผู้มีความดี
9. เป็นผู้มีความรอบรู้ทั้งคฤหัสถ์ธรรมพอสสมควร
10. เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนา
11. เป็นผู้มีความรู้ในการบริหาร และการปกครองได้ดี

น้อย ลายคราม และสุบรรณ จันทบุตร (2543 : 167) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพระนักบริหารเอาไว้ว่า พระพุทธองค์ทรงตรัสไว้ว่า “ก่อนจะไปฝึกใคร ให้ฝึกตนเองก่อน ก่อนจะไปสอนใคร ต้องสอนตนเองก่อน เราทำได้ก่อนแล้วจึงสอนเขา จึงสอนเขาด้วยตัวอย่างที่ดีของเรา” ด้วยเหตุนี้เอง พระสังฆาธิการทุกระดับ จึงต้องมีทั้ง

ศาสตร์และศิลป์ ในการบริหารจัดการงานพระศาสนา ศาสตร์ในการบริหารประกอบด้วยการวางแผน การจัดการ การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การประเมินผลงาน การงบประมาณ ซึ่งจะต้องบริหารจัดการในเชิงรุก เพื่อให้ได้ผลเต็มที่และมีประสิทธิภาพ ศิลป์ ในการบริหารจัดการประกอบด้วย ภาวะผู้นำ และมีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน มีศิลปะในการพูดที่ดีโน้มน้าวได้เก่ง

1.4 หลักการบริหาร 4 ด้าน กับการใช้ประโยชน์

1.4.1 ด้านการวิเคราะห์นโยบาย

สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2545) ได้รวบรวมความคิดเห็นของนักคิดจากสำนักต่างๆ ไว้ดังนี้ Susan B. Hansen (1982) ให้ทัศนะว่าการวิเคราะห์นโยบาย หมายถึงการเน้นการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบอย่างชัดเจนต่อ ผลผลิต (outputs) และผลกระทบ (effects) ของนโยบายที่มีต่อสังคม ส่วน Thomas R.Dye (1984) เห็นว่าการวิเคราะห์นโยบายเป็นการวิเคราะห์ปัญหาของสังคมที่เป็นวิทยาศาสตร์

1.4.2 ด้านการจัดการการเงินการคลัง

เกรียงศักดิ์ ชันชนภา และพูนศักดิ์ แสงสันต์ (2540:9) กล่าวว่า การจัดการทางการเงิน คือ การวางแผนสำหรับเงินทุน การหาได้ซึ่งเงินทุน และการใช้ประโยชน์สูงสุดของเงินทุน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประพันธ์ สุริหาร (2542:8) ได้ให้ความหมายของ การบริหารงบประมาณว่า คือ แผนการใช้ทรัพยากรการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เงิน ซึ่งแสดงออกในรูปตัวเลข ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณของรัฐบาลหรือธุรกิจเอกชนก็ตามย่อมจะต้องประกอบด้วยแผนการจัดการจัดหารายรับและแผนการใช้จ่ายตามหลักสากล

1.4.3 ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์

ดนัย เทียนพุฒ (2546:17) ได้อธิบายกรอบแนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การจัดการในเรื่องทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ เช่น เรื่องการสรรหา การพัฒนา การรักษา และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรบุคคล ให้สามารถพัฒนาทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจและเทคโนโลยียุคใหม่ รวมถึงการตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคลากรให้มากที่สุดด้วยเทคโนโลยีและวิทยาการด้านต่างๆ

พยอม วงศ์สารศรี (2545:5) กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ดำเนินการสรรหา คัดเลือกและบรรจุบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้ปฏิบัติงานในองค์การ พร้อมทั้งส่งเสริมเพื่อพัฒนาและธำรงรักษาให้ปฏิบัติงานได้เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถมีสุขภาพดีทั้งกายและจิต พร้อมทั้งทำงานยังรวมไปถึงการแสวงหาวิธีการที่ช่วยให้สมาชิกผู้พ้นจากงานมีสุขภาพดีทั้งกายและจิต พร้อมทั้งทำงาน และยังรวมไปถึงการแสวงหาวิธีการ ที่ช่วยให้สมาชิกผู้พ้นจากงานด้วยเหตุพหุผลภาพ เกษียณอายุ หรือเหตุอื่นใดที่เกี่ยวกับงาน ให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

1.4.4 ด้านการจัดการสารสนเทศ

กรมสามัญศึกษา (2538:13) สารสนเทศหรือข้อสนเทศ (Information) คือข้อมูลซึ่งได้ถูกกระทำ ให้มีความสัมพันธ์ หรือมีความหมายนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นข้อมูลที่สามารถใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารได้ และทองอินทร์ วงศ์โสธร (2537:8) ให้หมายความว่า สารสนเทศ คือ ข้อมูลที่นำมาแปรเปลี่ยนสภาพในรูปที่มีความหมายต่อผู้รับและมีคุณค่าที่แท้จริงหรือคุณค่าที่มองเห็นต่อการตัดสินใจในปัจจุบันหรือการตัดสินใจในอนาคต

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีองค์การและการจัดการด้านโครงสร้าง (The classical approach) เป็นกลุ่มแนวคิดทฤษฎีในยุคแรก เกิดขึ้นในยุโรปในช่วง ค.ศ. 1800-1930 แนวคิดนี้จะเน้น “การจัดองค์การที่มีแบบแผนเป็นทางการ” (Bureaucratic Organization) ในช่วงแรกการจัดการมีลักษณะที่ให้ความสำคัญส่วนบุคคล โดยพนักงานมักจะมี ความจงรักภักดีต่อบุคคลมากกว่าองค์การหรือภารกิจขององค์การทำให้มีการใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลมากกว่าใช้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์การและความต้องการของลูกค้า

2.2 ทฤษฎีองค์การและการจัดการที่เน้นคน (The behavioral approach) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญต่อการเข้าใจความต้องการของคนเป็นจัดการตามหลักพฤติกรรมศาสตร์และหลักมนุษยสัมพันธ์ (Behavioral Science) เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นต่อจากการบริหารตามหลัก เป็นแนวคิดที่ยอมรับว่ามนุษย์ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึก มีชีวิตจิตใจ การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมในการทำงาน ผู้บริหารมีหลักมนุษยสัมพันธ์ที่ถูกต้องก็จะทำให้ผลผลิตของงานสูงขึ้น แต่ผลเสียก็คือ พฤติกรรมเป็นเรื่องที่ไม่ชัดเจน และอาจส่งผลกระทบต่ออำนาจบังคับบัญชาได้ เช่นทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of needs) โดย Maslow เชื่อว่ามนุษย์มีความต้องการ 5 ประการคือ ความต้องการด้านกายภาพอันเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต เช่น อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย ฯลฯ ความต้องการความมั่นคง (Safety needs) ในทรัพย์สินการงาน ฯลฯ ความต้องการด้านสังคม มีส่วนร่วมในสังคม ความต้องการได้รับความยกย่อง ความต้องการที่จะเป็นบุคคลที่ประสบผลสำเร็จ

3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉกรรจ์ แนนอุดร (2533) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การสอดคล้องของนโยบาย แผนงาน และโครงการทางการศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสามัญศึกษาจังหวัดชัยภูมิ ผลวิจัยพบว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ โรงเรียนส่วนมากได้ทำการวิเคราะห์นโยบายของกรมสามัญศึกษา ปัญหาและความต้องการของท้องถิ่น การวางแผนการศึกษาได้ทำตามขั้นตอนกระบวนการวางแผนทั้ง 3 ขั้นตอน คือ ขั้นวางแผน ขั้นปฏิบัติตามแผนและขั้นการประเมินผล จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตามนโยบายที่กำหนดพบว่า โรงเรียนมีปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก

เสนห์ เหล่าเสนา (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพร้อมและความคาดหวังต่อการกระจายอำนาจการบริหารงบประมาณ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่าความพร้อมต่อการกระจายอำนาจการบริหารงบประมาณ โดยภาพรวมและรายด้านมีความพร้อมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ พฤติกรรมของผู้นำพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานของครู ความสัมพันธ์และบรรยากาศองค์การในโรงเรียน

พระมหาสมชาย เจริญกิจ ศึกษาเกี่ยวกับวัดในพระพุทธศาสนาที่พึงประสงค์ ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะและกิจกรรมของวัดในพระพุทธศาสนาที่พึงประสงค์กับสภาพความเป็นจริงของวัดในสังคมไทยในปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของวัดในพระพุทธศาสนาที่พึงประสงค์เป็นสถานที่สงบ ร่มรื่น มีลักษณะเป็นป่าหรือสวนที่จะให้ความรื่นรมย์ใจ มีการจัดสัดส่วนพื้นที่ภายในวัดได้อย่างเหมาะสมและลงตัว เอื้ออำนวยต่อการใช้ประโยชน์

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ พระภิกษุที่ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาสหรือผู้ที่เจ้าอาวาสมอบหมายให้ดำเนินการแทน โดยจำนวนเจ้าอาวาสในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งสิ้น 433 รูป จำพรรษาอยู่ในวัดจำนวน 433 วัด ซึ่งได้ข้อมูลจากเว็บ พระอารามหลวงและวัดในประเทศไทย <http://www.buddhamongkon.net/watthai/>

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Multistage Area Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยมีการกำหนดวิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อใช้ในการกำหนดสถานที่ที่จะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในแต่ละสถาบัน โดยใช้สูตรในการคำนวณกรณีทราบจำนวนประชากร (วิชิต อุ๋น, 2550 หน้า 148) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 โดยใช้สูตร

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

โดยที่	n	=	ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสม
	N	=	จำนวนประชากร
	E	=	ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ขั้นที่ 2 วิธีการสุ่มแบบมีระบบ (Systematic Sampling) จากการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนที่ 1 ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น เท่ากับ 205 ตัวอย่าง จากนั้นก็จะทำการสุ่มในแต่ละเขตต่อซึ่งจะใช้ ซึ่งเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่มีความสะดวก โดยใช้วิธีการจับสลากหรือตารางสุ่มตัวอย่างได้

การรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

(1) ขอความอนุเคราะห์จากเจ้าคณะกรุงเทพมหานคร จัดทำหนังสือถึงเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของผู้วิจัย

(2) นำหนังสือขอความอนุเคราะห์ของเจ้าคณะกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งแบบสอบถามถวายแก่เจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของผู้วิจัยด้วยตนเอง และนัดหมายวัน เวลา ที่จะขอรับแบบสอบถามคืน

(3) เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามที่กำหนดไว้แล้ว จึงดำเนินการ ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุด ตรวจสอบให้คะแนนและลงรหัสข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถามทั้งหมด และทำการบันทึกข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และคำนวณค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีและสภาพการบริหารจัดการวัดของพระนักบริหารที่ดีที่ส่งผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาสหรือเลขาเจ้าอาวาส ทั้งโดยภาพรวมและ แต่ละด้านจากข้อคำถามในแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 โดยคำนวณหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) โดยกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยไว้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535:100)

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีการบริหารงานคณะสงฆ์ดีมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีการบริหารงานคณะสงฆ์ดี

คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีการบริหารงานคณะสงฆ์ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีการบริหารงานคณะสงฆ์น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีการบริหารงานคณะสงฆ์น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการแสดงข้อมูลเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ Pearson, Regression โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพปัจจุบันเป็นผู้ช่วยเจ้าอาวาส คิดเป็นร้อยละ 55.1 มีอายุ 59 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.1 มีอายุพรรษา 34 พรรษาขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 32.2 ด้านระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของเจ้าอาวาส รองเจ้าอาวาสและผู้ช่วยเจ้าอาวาส 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.9 มีวุฒิการศึกษาเป็นนักธรรมเอก คิดเป็นร้อยละ 72.7 มีวุฒิการศึกษาทางโลก คือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.8 มีคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดี โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.20) คือ ต้องเป็นผู้ที่ทรงศีล ทรงคุณธรรม และทรงมีวินัยที่ดีในการบริหารจัดการวัด ซึ่งอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ด้านสภาพการบริหารงานการจัดการวัดของคณะสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการวิเคราะห์นโยบาย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.91) คือ มีการศึกษาวิเคราะห์นโยบายของมหาเถรสมาคมเพื่อการวางแผนปฏิบัติงาน ซึ่งอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.99) ด้านการจัดการการเงินและการคลัง ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.63) คือ มีการควบคุมการใช้จ่ายเงินในการบริหารงานกิจการคณะสงฆ์ทั้ง 6 ด้าน ซึ่งอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.82) ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.89) คือ มีการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติงานแก่ผู้อยู่ในบังคับบัญชา ซึ่งอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) ด้านการจัดการสารสนเทศ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.56) คือ มีการมอบหมายให้บุคลากรรับผิดชอบงานเก็บรวบรวมข้อมูลที่ชัดเจนและแน่นอนกับการมอบหมายให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถรับผิดชอบในการเก็บรักษาและวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรง ซึ่งอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.72) ด้านความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.62) คือ มีการจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ส่งผลต่อการบริหารงานและการปฏิบัติงาน ซึ่งอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัดในด้านการวิเคราะห์นโยบาย พบว่า คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัดในด้านการวิเคราะห์นโยบายมีดังนี้ การเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำ สามารถดูแล จัดการผู้ที่อยู่ใต้ปกครองได้ดีเยี่ยม การเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดี มีความสง่างามทั้งกาย ใจ สังคม และอารมณ์ การเป็นผู้มีปัญญาดี รอบรู้ทั้งคตินิยมพหุสมถะ การเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาตนเอง บุคคลอื่น และต่อชุมชนบริเวณที่ตั้งของวัด การเป็นผู้ที่มีกิจการงานที่สะอาด ไม่ประพฤติ ปฏิบัติตนกริณนกรอยแห่งสมณะ การเป็นผู้ที่เปี่ยมล้นด้วยความฉลาดแห่งอุบายแห่งทางเจริญทางเสื่อม สามารถกำจัด จัดการกับความเสื่อมได้ การเป็นผู้มีวาจาดี สามารถพูดโน้มน้าวใจผู้ฟังอื่นได้ และเป็นผู้ที่ทรงศีล ทรงคุณธรรม และทรงมีวินัยที่ดีในการบริหารจัดการวัด

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในด้านการจัดการเงินการคลัง พบว่า คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในด้านการจัดการเงินการคลัง มีดังนี้ การเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาตนเองบุคคลอื่น และต่อชุมชนบริเวณที่ตั้งของวัด การเป็นผู้มีปัญญาดี รอบรู้ทั้งคตินิยมพหุสมถะ การเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำ สามารถดูแล จัดการผู้ที่อยู่ใต้ปกครองได้ดีเยี่ยม และการเป็นผู้ที่เปี่ยมล้นด้วยความฉลาดแห่งอุบายแห่งทางเจริญทางเสื่อมสามารถกำจัดจัดการกับความเสื่อมได้

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3 คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ พบว่า คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีดังนี้ การเป็นผู้มีวาจาดี สามารถพูดโน้มน้าวใจผู้ฟังอื่นได้ การเป็นผู้มีปัญญาดี รอบรู้ทั้งคตินิยมพหุสมถะ การเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาตนเองบุคคลอื่นและต่อชุมชนบริเวณที่ตั้งของวัด การเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำ สามารถดูแล จัดการผู้ที่อยู่ใต้ปกครองได้ดีเยี่ยม การเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดี มีความสง่างามทั้งกาย ใจ สังคม และอารมณ์ ต้องเป็นผู้ที่ทรงศีล ทรงคุณธรรม และทรงมีวินัยที่ดีในการบริหารจัดการวัด และการเป็นผู้ประกอบด้วย สัปปริธรรม 7 ได้แก่ การรู้หลักการ รู้จุดหมาย รู้ตน รู้ประมาณ รู้กาล

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 4 คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในด้านการจัดการสารสนเทศ พบว่า คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในด้านการจัดการสารสนเทศ มีดังนี้ การเป็นผู้มีปัญญาดี รอบรู้ทั้งคตินิยมพหุสมถะ การเป็นผู้มีวาจาดี สามารถพูดโน้มน้าวใจผู้ฟังอื่นได้ และการเป็นผู้ประกอบด้วย สัปปริธรรม 7 ได้แก่ การรู้หลักการ รู้จุดหมาย รู้ตน รู้ประมาณ รู้กาล

ผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 5 คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในด้านความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ พบว่า คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีมีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในด้านความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ มีดังนี้ การเป็นผู้ที่เปี่ยมล้นด้วยความฉลาดแห่งอุบายแห่งทางเจริญทางเสื่อมสามารถกำจัดจัดการกับความเสื่อมได้ การเป็นผู้มีปัญญาดี รอบรู้ทั้งคตินิยมพหุสมถะ การเป็นเรืองมีการได้รับการสนับสนุนด้านพัสดุ อุปกรณ์ในการดำเนินงานตามนโยบายของคณะสงฆ์ การเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาตนเอง บุคคลอื่น และต่อชุมชนบริเวณที่ตั้งของวัด และการเป็นผู้ประกอบด้วย สัปปริธรรม 7 ได้แก่ การรู้หลักการ รู้จุดหมาย รู้ตน รู้ประมาณ รู้กาล

อภิปรายผล

คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีที่ส่งผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของพระมหาสมชาย เจริญกิจ ศึกษาเกี่ยวกับวัดในพระพุทธศาสนาที่พึงประสงค์ ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะและกิจกรรมของวัดในพระพุทธศาสนาที่พึงประสงค์กับสภาพความเป็นจริงของวัดในสังคมไทยในปัจจุบัน พบว่ากิจกรรมของวัดที่สัมพันธ์กับชาวบ้านหรือชุมชน พระสงฆ์จะต้องดำรงมั่นอยู่ในพระธรรมวินัย แบบอย่างที่ดีให้กับชาวบ้านหรือชุมชน สงเคราะห์อ่อนุเคราะห์ชาวบ้านและชุมชนด้วยน้ำใจอันงาน โดยเฉพาะการสงเคราะห์ด้วยการสอนธรรมะเผยแผ่ธรรมะ

สภาพการบริหารงานของพระนักบริหารที่ดีในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการวิเคราะห์นโยบาย ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่า พระนักบริหารในเขตกรุงเทพมหานคร ได้นำนโยบายของคณะสงฆ์มาวิเคราะห์ก่อนนำไปสู่การปฏิบัติจริง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฉกรรจ์ แน่นอุดร(2533) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ความสอดคล้องของนโยบาย แผนงานและโครงการทางการศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดชัยภูมิ พบว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ โรงเรียนส่วนมากได้ทำการวิเคราะห์นโยบายของกรมสามัญศึกษา

สภาพการบริหารงานของพระนักบริหารที่ดีในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการการเงินการคลัง ผลการวิจัยพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่า พระนักบริหารในเขตกรุงเทพมหานคร มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการงบประมาณเป็นอย่างดี จึงเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่หน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่รับผิดชอบต่อการส่งเสริม หรือต่อสถาบันหลักคือสถาบันพระพุทธศาสนาจะต้องให้การอุดหนุนและสนับสนุนการกระจายอำนาจในการบริหารงบประมาณ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่การบริหารงานพระนักบริหารในระดับผู้ปฏิบัติงานตามนโยบายของคณะสงฆ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสน่ห์ เหล่าเสนา (2544) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพร้อมและความคาดหวังต่อการกระจายอำนาจการบริหารงบประมาณ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารโรงเรียนและครูปฏิบัติการสอน มีความพร้อมต่อการกระจายอำนาจการบริหารงบประมาณ โดยภาพรวมและรายด้าน มีความพร้อมอยู่ในระดับดี

คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีที่มีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัด โดยภาพรวมแล้ว สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งแสดงว่าคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีที่มีผลต่อสภาพการบริหารจัดการวัดในด้านการวิเคราะห์นโยบาย ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดการสารสนเทศ และด้านความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับน้อย ลายคราม และสุบรรณ จันทบุตร (2539 : 167) ที่ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดี คือ เป็นผู้ทรงศีล ทรงธรรม ทรงวินัย , เป็นผู้มีกิจการงานสะอาดไม่ประพฤตินอกรีดนอกกรอบแห่งสมณะ เป็นผู้ฉลาดแห่งอุบายแห่งทางเจริญทางเสื่อม เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มองเห็นการณ์ไกล สร้างธรรมทายาท (นุคฺลกร) เพื่อสืบทอดงานบริหารปกครองแทนตน เป็นผู้มีภาวะผู้นำ เป็นผู้ประกอบด้วยสัปปุริสธรรม 7 ได้แก่ การรู้หลักการ รู้จุดหมาย รู้ตน รู้ประมาณ รู้กาล รู้ชุมชน และรู้บุคคล เป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดี เป็นผู้มีความประพฤติดี เป็นผู้มีความประพฤติดี รอบรู้ทั้งคฤหัสถ์และสมณะ เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนา และเป็นผู้มีคุณธรรมในการบริหาร และการปกครองได้ดี และน้อย ลายคราม และสุบรรณ จันทบุตร (2543 : 167) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพระนักบริหารเอาไว้ว่า พระพุทธองค์ทรงตรัสไว้ว่า “ก่อนจะไปฝึกใคร ให้ฝึกตนเองก่อน ก่อนจะ

ไปสอนใคร ต้องสอนตนเองก่อน เราทำได้ก่อนแล้วจึงสอนเขา จึงสอนเขาด้วยตัวอย่างที่ดีของเรา” ด้วยเหตุนี้เอง พระสังฆาธิการทุกระดับ จึงต้องมีทั้งศาสตร์และศิลป์ ในการบริหารจัดการงานพระศาสนา ศาสตร์ ในการบริหาร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การการบริหารงานบุคคล การอำนวยการ การประสานงาน การประเมินผล งาน การงบประมาณ ซึ่งจะต้องบริหารจัดการในเชิงรุก เพื่อให้ได้ผลเต็มที่และมีประสิทธิภาพ ศิลป์ ในการบริหารจัดการ ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ และมีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน มีศิลปะในการพูดที่ดีโน้มน้าวได้เก่ง แสดงให้เห็นว่า คุณสมบัติของพระนักบริหารที่ดีนั้นสามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการวัด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์นโยบายต่างๆ ด้านจัดการเงินการคลัง ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดการสารสนเทศ และด้านความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าคุณสมบัติของพระสงฆ์ที่ดีทั้ง 11 ข้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี จึงขอเสนอแนะให้พระนักบริหารที่ดีควรเพิ่มทักษะในเรื่องของภาวะผู้นำ เพื่อให้สามารถดูแล จัดการผู้ที่อยู่ใต้ปกครองได้ดีเยี่ยม เรื่องการมีวิสัยทัศน์ มองการณ์ไกล สร้างธรรมทายาท เพื่อเป็นผู้สืบทอดงานบริหารปกครองแทนตน เรื่องการเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดี มีความสง่างามทั้งกาย ใจ สังคม และอารมณ์ เรื่องการเป็นผู้มีปัญญาคือ รอบรู้ทั้งคฤหัสถ์พมอสมคฺว และเรื่องเป็นผู้มีวาจาดีสามารถพูดโน้มน้าวใจผู้ฟังอื่นได้ เพื่อให้สามารถเป็นพระนักบริหารที่ดี ในการบริหารจัดการวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2552

รายการอ้างอิง

- กรมการศาสนา. กองแผนงาน. 2542. คู่มือพระสังฆาธิการ ว่าด้วย พระราชบัญญัติกฎระเบียบและคำสั่งของกรมสามัญศึกษา. 2538. การจักระบบสารสนเทศของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา. กรุงเทพฯ : กรมสามัญศึกษา
- เกรียงศักดิ์ ชันธนาภา และพูนศักดิ์ แสงสันต์. 2540. การบริหารการเงิน 1. พิมพ์ครั้งที่ 7 . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- คณะสงฆ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา.
- ฉกรรจ์ แน่นอุดร. 2533. “การวิเคราะห์การสอดคล้องของนโยบาย แผน แผนงาน และโครงการการศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดชัยภูมิ.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- दनัย เทียนพุด . 2546. การบริหารทรัพยากรบุคคลสู่ศตวรรษที่21 พิมพ์ครั้งที่ 2. บริษัท ดี เอ็น ที คอนซัลแตนท์ทองอินทร์ วงศ์โสธร. 2537. ระบบสารสนเทศเพื่อกำหนดนโยบายและแผนประมวลชุดวิชาการนโยบายและการวางแผนการศึกษาหน่วยที่ 13-15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

- น้อย ล้ายคลาม และสุบรรณ จันทบุตร. 2539. การบริหารและการจัดการวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักงานสภาพัฒนาการศึกษาระดับชาติ.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พยอม วงศ์สารศรี. 2545. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- พระเทพปริยัติสุธี. 2540. ระเบียบการปกครองคณะสงฆ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศาสนา.
- พระมหาสมชาย เจริญกิจ. 2540. “วัดในพระพุทธศาสนาที่พึงประสงค์ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะและกิจกรรมของวัดในพระพุทธศาสนาที่พึงประสงค์กับสภาพความเป็นจริงของวัดในสังคมไทยในปัจจุบัน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ไพโรธ เลิศพิริยกุล. 2539. สภาพปัญหาสังคมไทยในยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ : สำนักงานสภาพัฒนาการศึกษาระดับชาติ.
- สมบัติ ชำรงธัญวงศ์. 2545. นโยบายสาธารณะ : แนวคิดการวิเคราะห์และกระบวนการ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เสมาธรรม.
- สุทธิวงศ์ ดันยาพิศาลสุทธิ. 2545. ม.ศ. สักร่างหลักสูตรเจ้าอาวาสใหม่. ไทยรัฐ. หน้า 15.
- เสน่ห์ เหล่าเสนา. 2544. “ความพร้อมและความคาดหวังต่อการกระจายอำนาจการบริหารงานงบประมาณตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดสกลนคร.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสน่ห์ เหล่าเสนา. 2544. “ความพร้อมและความคาดหวังต่อการกระจายอำนาจการบริหารงานงบประมาณตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดสกลนคร.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Garson, and Overman. 1983. **Public Management Research in the United Stats.** New York: Praeger. อ้างถึงใน ชงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ. 2540. วิทยาการบริหารสำหรับนักบริหารมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หลักสุจริต

PRINCIPLE OF GOOD FAITH

ว่าที่ ร.ต.ท.กมล ตันจินวัฒนกุล

นิติศาสตรมหาบัณฑิตจากมหาวิทยาลัยปาดัสกีแห่งเมืองโอลโมส, ประเทศสาธารณรัฐเช็ก

อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

E-mail : kamollanla@yahoo.com

บทคัดย่อ

คำว่าสุจริตเป็นถ้อยคำที่ปรากฏขึ้นในกฎหมายที่พบเห็นเสมอ เป็นต้นว่า ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 5 และ มาตรา 6 ซึ่งเป็นลักษณะทั่วไปหรือปรากฏในมาตราโดยเฉพาะ เป็นต้นว่า มาตรา 1299 วรรค 2 ได้บัญญัติว่า ถ้ามีผู้ได้มาซึ่งอสังหาริมทรัพย์หรือทรัพย์สินอื่นเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์โดยทางอื่น นอกจากนิติกรรม สิทธิของผู้ได้มานั้น ถ้ายังมิได้จดทะเบียนไว้ ท่านว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงทางทะเบียนไม่ได้ และสิทธิอันยังมีได้จดทะเบียนนั้น มิให้ยกขึ้นเป็นข้อต่อสู้บุคคลภายนอกผู้ได้สิทธิมาโดยเสียค่าตอบแทนและโดยสุจริต และได้จดทะเบียนสิทธิโดยสุจริตแล้ว เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่ามาตรานี้มีลักษณะเป็น “บทกฎหมายยุติธรรม” (*Jus aequum*) ซึ่งเป็นตัวบทกฎหมายที่ไม่ได้กำหนดผลทางกฎหมายไว้อย่างชัดเจน ตัวบทจะมีลักษณะเป็นการเปิดช่องให้ผู้ใช้ตีความ ประสงค์ให้กฎหมายนั้นสมบูรณ์เหมาะสมกับสภาพสังคม พฤติการณ์ และกาลสมัย เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม หมายความว่า การใช้การตีความก็ต้องคำนึงถึงหลักสุจริต เป็นสำคัญ และยังมีลักษณะเป็นบทบังคับ (*Jus cogens*) ที่ไม่สามารถตกลงเป็นอย่างอื่นเพื่อยกเว้นกฎหมายได้

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาวิจัยหลักสุจริตซึ่งเป็นหลักกฎหมายทั่วไปที่ถือเสมือนเสาหลักของกฎหมายทั้งระบบไม่ว่าจะเป็นกฎหมายเอกชนหรือกฎหมายมหาชน เพราะ การใช้และการตีความก็ต้องอยู่บนพื้นฐานของหลักสุจริต ซึ่งจะเป็นตัวเชื่อมต่อที่สำคัญที่ทำให้ตัวบทกฎหมายเหล่านี้อำนวยความสะดวกได้อย่างแท้จริงและรักษาไว้ซึ่งจริยธรรมและศีลธรรมในสังคม

คำสำคัญ : สุจริต บทกฎหมายยุติธรรม จริยธรรม ศีลธรรม

ABSTRACT

“Good faith or *Bona fides*” is the word that appears in the most commonly use, such as the Civil and Commercial Code sections 5 and 6, which is characterized of the General Principle or the Particular Principle such as section 1299 paragraph 2 prescribe that, where immovable property or real right appertaining thereto is acquired otherwise than by juristic act, the acquirer’s right cannot be dealt with through the register unless it has been registered; nor can it, without registration, be set up against a third person who has, for value

and in good faith, acquired an registered his right. Good faith in section 1299 paragraph 2 is a rule as a " *Jus aecuum*" which has the uncertained legal consequence and the lawyer should be interpreted it suitably and up to the presence society and circumstances for the consideration of this rule is important and it *Jus cogens* which the parties can not to do anything to except the law.

This article has the aim to study the principle of the good faith which is like a pillar of the legal system, either private law or public law. The use and interpretation should be is based on the principle of it which is connected to apply the laws for justice and good moral in society.

KEYWORD : Good faith *Jus aecuum* ethics morality

1. บทนำ

หลักสุจริตซึ่งเป็นหลักกฎหมายทั่วไปที่ถือเสมือนเสาหลักของกฎหมายทั้งระบบไม่ว่าจะเป็นกฎหมายเอกชนหรือกฎหมายมหาชน หลักสุจริตมีลักษณะเป็น“บทกฎหมายยุติธรรม” (*Jus aecuum*) ซึ่งเป็นตัวบทกฎหมายที่ไม่ได้กำหนดผลทางกฎหมายไว้อย่างชัดเจน ตัวบทจะมีลักษณะเป็นการเปิดช่องให้ผู้ตีความ ประยุกต์ใช้กฎหมายนั้นสมบูรณ์เหมาะสมกับสภาพสังคม พฤติการณ์ และกาลสมัย เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม หมายความว่า การใช้การตีความก็ต้องคำนึงถึงหลักสุจริต เป็นสำคัญ และยังมีลักษณะเป็นบทบังคับ (*Jus cogens*) ที่ไม่สามารถตกลงเป็นอย่างอื่นเพื่อยกเว้นกฎหมายได้

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาวิจัยหลักสุจริตในเรื่องนิยามความหมาย การเกิดขึ้นของหลักสุจริต ประวัติความเป็นมาของหลักสุจริต การปรากฏตัวขึ้นของหลักสุจริตและเป้าหมาย และศึกษาเปรียบเทียบให้เห็นถึงความคิดเห็นทั่วไปของหลักสุจริตในประเทศสาธารณรัฐเช็ก เพื่อการใช้และการตีความกฎหมายที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของหลักสุจริต ซึ่งจะเป็นตัวเชื่อมต่อที่สำคัญที่ทำให้ตัวบทกฎหมายเหล่านี้อำนวยความสะดวกได้อย่างแท้จริงและรักษาไว้ซึ่งจริยธรรมและศีลธรรมในสังคม

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงนิยามความหมายของหลักสุจริต
2. เพื่อศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของหลักสุจริต
3. เพื่อศึกษาถึงการปรากฏตัวขึ้นของหลักสุจริต
4. เพื่อศึกษาถึงเป้าหมายของหลักสุจริต
5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบให้เห็นถึงความคิดเห็นทั่วไปและความเป็นมาของหลักสุจริตในประเทศ

สาธารณรัฐเช็ก

3. วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยศึกษาใช้วิธีการค้นคว้าเอกสาร (Documentary Research) จากตัวบทกฎหมายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และหลักกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้นว่า รัฐธรรมนูญกฎหมายปกครอง ตำรากฎหมายที่มีกร

เขียนถึงหลักสุจริต รวมถึงข้อมูลสารสนเทศ (Internet) ที่เกี่ยวข้องกับการให้คำอธิบายคำว่า “สุจริต” โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยหลักสุจริต ประกอบด้วย ความหมาย การเกิดขึ้นของหลักสุจริต ประวัติความเป็นมาของหลักสุจริต การปรากฏตัวของหลักสุจริตและเป้าหมาย และศึกษาเปรียบเทียบให้เห็นถึงความคิดเห็นทั่วไปของหลักสุจริตในประเทศสาธารณรัฐเช็ก จากเอกสารตำรากฎหมาย ตัวบทกฎหมายของประเทศและรวมถึงข้อมูลสารสนเทศ (Internet) ที่เกี่ยวข้องกับการกฎหมายในสาธารณรัฐเช็ก โดยมีรายละเอียดดังนี้

4. การนิยามความหมายของหลักสุจริต

เมื่อกล่าวถึงคำว่า สุจริต บุคคลโดยทั่วไปที่ไม่ได้เรียนกฎหมายก็จะเข้าใจง่าย ๆ ว่าต้องเป็นการกระทำที่ดีงามซื่อสัตย์ตรงไปตรงมาในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ คำว่าสุจริตมักแทรกอยู่ในตัวบทกฎหมายโดยเฉพาะในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ จนกลายเป็นหลักกฎหมายที่สำคัญอยู่ และได้มีแนวความคิดในความหมายของหลักสุจริตไว้หลายประการ เช่น

1. หลักสุจริต หรือ good faith นั้นตาม Black's Law Dictionary 8th Edition (2004) ได้อธิบายไว้ว่า หมายถึง สภาวะทางจิตใจอันประกอบด้วย (1) ความซื่อสัตย์ในความเชื่อหรือวัตถุประสงค์ (2) ความซื่อตรงต่อหน้าที่หรือหน้าที่ของตน (3) ความสอดคล้องกับมาตรฐานทางการค้าหรือธุรกิจใดๆอันชอบด้วยเหตุผล ในการต่อรองกันอย่างเป็นธรรม (4) การไร้ซึ่งเจตนาหลอกลวงหรือแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ (A state of mind consisting in (1) honesty in believe or purpose (2) faithfulness to one's duty or obligation (3) observance of reasonable commercial standard of fair dealing in a given trade or business, or business, or (4) absence of intent to defraud or to seek unconscionable advantage)

2. หลักสุจริต ตามแนวทางคำสอนของท่านศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี เกษมทรัพย์ได้กล่าวไว้ว่า “คำว่า ‘สุจริต’ เป็นคำที่มีมาตั้งแต่สมัยโรมัน เรียกในภาษาละตินว่า Bona fides แปลว่า ความซื่อสัตย์ หรือ สัจจะที่ดี ภาษาเยอรมันใช้คำว่า Treu und Glauben แปลว่า ความซื่อสัตย์และความไว้วางใจ แม้บทหลักในเรื่องสุจริตในระบบกฎหมายไทย ปรากฏอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 5 และ 6 ” (สมยศ เชื้อไทย, 2555 : 153)

3. หลักสุจริต ตามแนวทางของศาสตราจารย์ ดร. Ivo Telec (2001) ประมวลจริยธรรมด้านกฎหมายเอกชนของประเทศสาธารณรัฐเช็ก สรุปหลักสุจริต (Zásada dobré víry) ไว้สองประการ ประการแรกเป็นศีลธรรมและคุณงามความดีทางกฎหมายที่สุภาพตรงไปตรงมาและมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่คาดหมายเห็นได้ในวิญญูชนทั่วไป อย่างที่สองคือ มาตรฐานวัดความยุติธรรมในทางกฎหมาย

4. แม้แต่ในทางศาสนาเองก็มีความพยายามอธิบายหลักสุจริตเหมือนกัน เช่น ในศาสนาอิสลาม ได้มีคำสอนถึงหลักสุจริตว่า “สุจริตธรรม หมายถึง ความประพฤติชอบ สุจริตใจ หมายถึง การมีจิตใจที่บริสุทธิ์ มีความจริงใจต่อการกระทำโดยไม่ปรารถนาต่อสิ่งใด ไม่ว่าจะเป็นคำชมเชยหรือสิ่งตอบแทน ทำงานและประกอบศาสนกิจเพื่อหวังความโปรดปรานจากพระองค์อัลลอฮ์ ﷻ เท่านั้น สุจริตธรรมต่อสิ่งใดบ้าง

(1.) สุจริตธรรมต่อศาสนกิจ โดยการดำรงไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ใจในการปฏิบัติศาสนกิจทั้งปวง บนพื้นฐานแห่งภารกิจที่อัลลอฮ์ ﷻ ทรงมอบหมายไว้อย่างครบถ้วน

(2.) สุจริตธรรมต่อของฝาก เมื่อมีผู้ไว้วางใจฝากของไว้ มุสลิมทุกคนมีหน้าที่ดูแลของฝากนั้นมิให้บกพร่องหรือสูญหาย และต้องคืนของนั้นให้ครบถ้วนแก่ผู้เป็นเจ้าของ หากเขาต้องการ หรือครบกำหนดฝากในสภาพที่สมบูรณ์

(3.) สุจริตธรรมต่อร่างกาย มุสลิมต้องระวังรักษาอวัยวะส่วน ให้ถูกใช้ไปตามสิทธิอันชอบธรรม มิให้ตกอยู่ในสิ่งที่ต้องห้าม

(4.) สุจริตธรรมต่อคำพูด คำพูดที่สุจริตธรรมนอกจากจะได้รับการตอบรับจากผู้ฟังด้วยดีแล้ว ยังถือเป็นการบริจาคนานที่เป็นผลให้ผู้พูดได้กุศลอันยิ่งใหญ่ด้วย

(5.) สุจริตธรรมต่อหน้าที่การงาน โดยที่เขาต้องรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างเคร่งครัด มีความซื่อสัตย์สุจริตในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

(6.) สุจริตธรรมต่อธุรกิจและการค้า ด้วยการรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์แห่งความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบลูกค้าแต่อย่างใด ” (ปริญญญา ประหยัดทรัพย์, 2555)

ในเว็บไซด์บทความพระพุทธศาสนา (บทความพระพุทธศาสนา, 2555) มีคำสอนในหลักสุจริตว่า สุจริต 3 อย่าง

1. ประพฤติชอบด้วยกาย เรียก กายสุจริต.
2. ประพฤติชอบด้วยวาจา เรียก วาสุจริต.
3. ประพฤติชอบด้วยใจ เรียก มโนสุจริต.

กายสุจริต 3 อย่าง

เว้นจากฆ่าสัตว์ 1 เว้นจากลักทรัพย์ 1 เว้นจากประพฤติดินในกาม 1.

วาสุจริต 4 อย่าง

เว้นจากพูดเท็จ 1 เว้นจากพูดส่อเสียด 1 เว้นจากพูดคำหยาบ 1 เว้นจากพูดเพ้อเจ้อ 1.

มโนสุจริต 3 อย่าง

ไม่โลภอยากได้ของเขา 1 ไม่พยาบาทปองร้ายเขา 1 เห็นชอบตามคลองธรรม 1.

สุจริต 3 อย่างนี้ เป็นกิจควรทำ ควรประพฤติ.

อง. ทสก. ๒๔/๓๐๓.”

จากการให้นิยามในหลักสุจริต ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายหรือทางธรรมก็มีลักษณะไม่แตกต่างกันมากมายนัก ซึ่งบทความวิจัยนี้จะได้นำหลักสุจริต ที่กำหนดไว้ในกฎหมายมาวิเคราะห์และนำเสนอ

5. การเกิดขึ้นของหลักสุจริต

จากความพยายามที่จะให้นิยามในคำว่า หลักสุจริต ในที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความรู้สึกของมนุษย์ที่รู้ว่า “อะไรคือการกระทำที่สุจริต เป็นสิ่งที่มนุษย์รู้สึกได้” แม้อาจจะนิยามหลักสุจริต ได้ไม่เหมือนกัน แต่ก็มีแนวโน้มใกล้เคียงกัน

มีการกล่าวกันว่า สิ่งที่ทำให้มนุษย์แตกต่างจากสัตว์อื่น ๆ คือ การก่อสร้างระบบศีลธรรมขึ้นมาด้วยเหตุผล

สัตว์อยู่ได้ด้วยสัญชาตญาณ แต่มนุษย์มีมากกว่าสัตว์คือ เหตุผลและความรู้สำนึก ในธรรมชาติของมนุษย์มีความสามารถสองประการคือ การจำได้หมายรู้และความสามารถในการรู้จักเทียบเคียงความรู้สึก (สมยศ เชื้อไทย, 2555 : 48) กล่าวง่าย ๆ แบบภาษาชาวบ้านก็คือ “รู้ดีรู้ชั่ว” ความรู้สึกในความ “สุจริต” เลยเกิดและก่อตัวขึ้นในตัวมนุษย์ในลักษณะที่เรียกว่า เป็นความจริงไปตรงมา ความไว้วางใจ, รวมถึงความซื่อสัตย์ ความรู้สึกนี้เองก็เลยพัฒนาเป็นหลักศีลธรรม (สมยศ เชื้อไทย, 2555 : 49) ที่เรียกกันว่า หลักสุจริต นี้เอง ในประเทศสาธารณรัฐเช็กในทางคำรา กล่าวถึงลักษณะการเกิดขึ้นของ หลักสุจริตว่า เกิดจากสภาวะทางจิตใจของมนุษย์ที่คาดหมายเห็นถึงความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Zajic J, 2012) วิวัฒนาการการก่อตัวขึ้นของหลักสุจริตในยุคแรกเริ่มนี้เอง ผู้เขียนเห็นว่าช่วงเริ่มแรกนี้มีลักษณะเป็นการวิวัฒนาการของการก่อตัวขึ้นของศีลธรรมจนกลายเป็น กฎหมายชาวบ้าน (Volksrecht) (สมยศ เชื้อไทย, 2555 : 50-51)

6. ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของหลักสุจริต

ในสมัยโรมันนั้น หลักสุจริตหรือ *Bona fides* หมายถึงสิ่งจะอันชอบซึ่งนักนิติศาสตร์โรมันพัฒนาเพื่อที่จะลดความเคร่งครัดตายตัวของ *Jus strictum* ให้มีความยืดหยุ่นเป็นธรรม โดยเป็นการพัฒนาหลัก *exceptio doli generalis* ให้หลุดพ้นจากการกระทำที่ไม่สุจริตใน กลฉ้อฉล ลำคัญผิด เจตนาหลวง หรือวัตถุประสงค์ที่พ้นวิสัย ซึ่งเป็นการพัฒนาการใช้ *Bona fides* อย่างกว้าง ไม่ว่าจะกล่าวในคำฟ้องหรือไม่หรืออาจไม่มีกฎหมายกำหนดไว้ชัดเจน ซึ่งมักจะประกาศในรูปของ *Jus honorarium* ของ Praetor และถือได้ว่า *Bona fides* เป็น *Jus aequum* กฎหมายยุติธรรม ตัวอย่างที่มีการปรับใช้ *Bona fides* จนทำให้หลักการซื้อขายผู้ซื้อต้องระวัง *caveat emptor* หมดอิทธิพลจนกลายเป็นหลักความรับผิดชอบเพื่อการชำระคบกพร่องและการรอนสิทธิ เป็นต้น (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2554 : 18-21)

Bona fides ยังได้พัฒนาขยายความเป็นหลัก *Venire contra factum proprium* ที่เรียกว่า กฎหมายปิดปากที่บุคคลโดยสุจริตจะถือประโยชน์จากการกระทำที่ขัดแย้งกับพฤติกรรมก่อนๆ ที่แล้วมาไม่ได้ และได้ขยายความแตกแขนงเป็นหลัก *Clausula rebus sic stantibus* การรักษาสัญญาต้องคำนึงถึงพฤติกรรมแห่งสัญญาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยสุจริต เช่น ลูกหนี้อาจหลุดพ้นจากการชำระหนี้ ถ้าการชำระหนี้ก่อนทำให้เกิดความเสียหายหรือเป็นภาระที่หนักเกินกว่าเหตุของลูกหนี้หรือเกินกว่าที่คาดหมายได้ขณะเข้าทำสัญญา นอกจากนั้น *Bona fides* ก็ได้มีการพัฒนาสู่หลักการที่เป็นการป้องกันการเอาเปรียบในสังคมอย่างหลักพ่อบ้านที่ดีที่เรียกว่า *Vir bonus*, หลักป้องกันการค้ากำไรเกินควรที่เรียกว่า *Laesio enormis* รวมถึงหลักราคาที่สมควรที่เรียกว่า *Iustum pretium* ซึ่งเรื่องนี้เป็นพัฒนาการที่ดีแม้จะมีข้อถกเถียงในเรื่องอิสระในการตัดสินใจก็ตามแต่ และแล้วในท้ายที่สุด *Bona fides* ก็ได้พัฒนาสู่หลักความผูกพันตามสัญญาที่เกิดจากความสุจริต *contractus bonei fidei* และหลักจริยธรรม *Bonum et aequum* ในการจัดทำประมวลกฎหมายของพระเจ้าจัสติเนียน (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2554 : 22-26)

ในสมัยกลางเมื่อเกิดการขยายตัวของเมืองและการค้า ทำให้กฎหมายจารีตประเพณีชนเผ่าต่างๆ เริ่มไม่ตอบสนองกิจกรรมการค้า ประกอบกับมีการศึกษากฎหมายในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ โบโลญญา ก็เริ่มมีการรื้อฟื้นกฎหมายโรมันมาศึกษาของพวก Glossator หรือ Post-Glossator และการที่นักกฎหมายติดตามอย่างศรัทธาในผลงานของ Baldus ผู้เป็นลูกศิษย์ของ Batolus แนวคิดเรื่อง *Bona fides* ในสมัยกลางจึงปรากฏตัวในหลักการของ การรักษาสิ่งจะ การไม่แสวงหาประโยชน์เพื่อกลฉ้อฉลและการดำรงตนอยู่ในความซื่อสัตย์ มา

ประกอบร่วมกับแนวคิดของอริสโตเติล ในเรื่องความยุติธรรมในการแลกเปลี่ยนทดแทนและความยุติธรรมในการแบ่งสรรปันส่วน ตัวอย่างเช่น คำสอนของ Baldus ที่กล่าวว่า “ไม่มีผู้ใดพึงได้ลาภไปโดยผู้อื่นต้องเสียเปรียบ” หรือ “ไม่แสวงหาผลประโยชน์อันมิควรได้โดยชอบไปในทางที่ทำให้ผู้อื่นเสียเปรียบ” คำสอนนี้มีผลต่อ สัญญาที่ต้องปรากฏขึ้นภายใต้ความสุจริตเป็นธรรมและไม่มีการเอาเปรียบ เพื่อความยุติธรรมในการแลกเปลี่ยนทดแทนตามหลักธรรมชาติ อย่างเช่น สุจริตปราศจากกลฉ้อฉลหรือสำคัญผิด หรือการตีความสัญญาต้องตกภายใต้ความสุจริตและเป็นธรรม เป็นต้น (กิตติศักดิ์ ปรัตติ, 2554 : 27-36)

หลักสุจริตเกือบกล่าวได้ว่าปรากฏในร่องรอยทางประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติเลยทีเดียวได้ ในกฎหมายโบราณของไทยเองก็ปรากฏการกล่าวถึงหลักสุจริตนี้เหมือนกัน ซึ่งของไทยเรานั้นการใช้และตีความกฎหมายในโบราณนั้น จะอิงอยู่กับพุทธศาสนา เสมอ (แสง บุญเฉลิมวิภาส, 2551 : 53) ตัวอย่างเช่น ในหลักอรรถาธิบาย ผู้ที่จะเป็นผู้พิพากษาคัดสินคดีจะต้องมีสุจริตธรรม (ประมวลกฎหมายรัชกาลที่ ๑, 2529, 1 : 41) และในพระอัยการเบ็ดเสร็จ บทที่ ๑๐๑ มีความว่า “ราษฎรทั้งหลายชักชวนกันไปค้าขายออกกำไรให้แบ่งปันกันตามมากแลน้อย ถ้ามิได้ซื้อสัจต่อกันเก็บเอาทุนและกำไร ซึ่งจะได้เป็นส่วนของท่านไว้ ท่านว่าประบัดสินท่าน ให้เอาทุนและกำไรซึ่งเป็นส่วนของท่านนั้นตั้งใหม่ทวิคูณ (ประมวลกฎหมายรัชกาลที่ ๑, 2529, 2 : 242)

จากการศึกษาวิวัฒนาการในทางประวัติศาสตร์ของหลักสุจริต ผู้เขียนคิดว่า หลักสุจริตนี้มีการขยายขอบเขตการอำนวยความยุติธรรมมากขึ้น ซึ่งเกิดขึ้นจากการให้เหตุผลของนักกฎหมายอันมีลักษณะเป็นกฎหมายของนักกฎหมาย (Juristenrecht) โดยการใช้เหตุผลปรุงแต่งทางกฎหมาย (Artificial Juristic Reason) ประกอบ (สมยศ เชื้อไทย, 2555 : 51-52)

7. การปรากฏตัวของหลักสุจริต บทบาทและเป้าหมาย

หลักสุจริตกล่าวได้ว่าเป็นเสาหลักของกฎหมายทั้งระบบไม่ว่าจะเป็นกฎหมายเอกชนหรือกฎหมายมหาชน เป็นต้นว่า การเข้าเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมืองอย่างการเข้าเป็นรัฐมนตรีก็ต้องคำนึงถึงความซื่อสัตย์สุจริต หากเราสังเกตดูในคำถวายสัตย์ปฏิญาณตามมาตรา 175 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 หรือแม้กระทั่งในการออกคำสั่งทางปกครองตามกฎหมายวิธีพิจารณาทางปกครองก็ต้องคำนึงถึงหลักสุจริตเพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของคู่กรณีผู้ร้องขอ (SKULOVA, Soňa et al, 2008 : 64-65) เป็นต้น

ในการศึกษานี้ได้เน้นทางด้านกฎหมายเอกชนเป็นสำคัญ ซึ่งท่านศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี เกษมทรัพย์ (ปรีดี เกษมทรัพย์ อ้างถึงใน สมยศ เชื้อไทย, 2555 : 153-155) ได้อธิบายถึงการปรากฏตัวของหลักสุจริตเป็น “หลักสุจริตเฉพาะเรื่องและหลักสุจริตทั่วไป” ไว้ว่า “หลักสุจริตเฉพาะเรื่อง หมายถึง ความรู้ หรือ ไม่รู้ข้อเท็จจริงของคู่กรณีที่เกี่ยวข้อง เช่นในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 421 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า “ถ้าทรัพย์สิ่งซึ่งได้รับไว้เป็นลาภมิควรได้นั้นเป็นเงินจำนวนหนึ่ง ท่านว่าต้องคืนเต็มจำนวน เว้นแต่ บุคคลได้รับไว้โดยสุจริตต้องคืนลาภมิควรได้เพียงส่วนที่ยังมีอยู่ในขณะเมื่อเรียกคืน” การที่จะต้องคืนลาภมิควรได้เต็มจำนวนหรือเพียงส่วนที่ยังมีอยู่ในขณะเรียกคืน ขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงที่ว่าผู้รับไว้สุจริตหรือไม่ ซึ่งหมายความว่า ผู้รับได้รับไว้โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ถ้ารู้ว่าไม่มีสิทธิที่จะรับไว้แล้ว ยังรับไว้ก็เป็นกรณีไม่สุจริต นอกจากนี้ยังปรากฏอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 431 มาตรา 1299 มาตรา 1300 มาตรา 1303 มาตรา 1311 มาตรา 1312 มาตรา 1329 มาตรา 1330 มาตรา 1331 มาตรา 1332 เป็นต้น **หลักสุจริตทั่วไป** ภาษาละตินเรียกว่า “Bona fide” ใน

ภาษาเยอรมันเรียกว่า “Treu und Glauben” ปรากฏอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 5 มาตรา 6 และ มาตรา 368

มาตรา 5 “ในการใช้สิทธิแห่งตนก็ดี ในการชำระหนี้ก็ดี บุคคลต้องกระทำโดยสุจริต”

มาตรา 6 “ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่า บุคคลกระทำการโดยสุจริต”

มาตรา 368 “ สัญญานั้นท่านให้ต้องดีความไปตามความประสงค์ในทางสุจริต โดยพิเคราะห์ ถึงปกติ ประเพณีด้วย ” ”

บทบาทของหลักสุรตินั้นมีลักษณะที่กล่าวได้ว่าครอบคลุมและสามารถพัฒนาเป็นหลักการใหม่ๆ หรือเชื่อมต่อกับหลักการอื่นเป็นต้นว่าสามารถปรับใช้หลักสุจริตเชื่อมต่อกับหลักความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีได้ ด้วย เป็นต้นว่า การชำระหนี้ต้องกระทำโดยสุจริตและเหมาะสมกับมูลค่าเงินที่เปลี่ยน ไป ในประเทศเยอรมนี ช่วงสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 1 หรือนำหลักสุจริตมาใช้ควบคุมสัญญาสำเร็จรูป (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2554 : 38-43) ในประเทศฝรั่งเศสนำหลักสุจริตมาใช้ในเชิง การใช้สิทธิโดยสุจริต ซึ่งการใช้สิทธิไม่สุจริตก็เป็นละเมิด หรือนำหลักสุจริตมาปรับแต่งในสัญญาที่คู่สัญญามีหน้าที่ต้องคุ้มครองความปลอดภัยแก่คู่กรณี เช่นกิจการรับขนผู้โดยสาร (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2554 : 45-49) ในประเทศอังกฤษนำหลักสุจริตมาใช้เป็นหลักที่ผู้เอาประกันโดยสุจริตจะต้องไม่ปกปิดข้อเท็จจริงและการปกปิดนี้เป็นมูลเหตุที่ทำให้อีกฝ่ายเข้าทำสัญญา เป็นต้น (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2554 : 50) ในสหรัฐอเมริกา หลักสุจริตมีพัฒนาการที่น่าสนใจในกรณีการเข้าเจรจาสัญญาโดยฝ่าฝืนความสุจริตหรือถอนตัวจากสัญญาโดยมิชอบ หรือกรณีการเข้าเจรจาโดยไม่เปิดเผยความจริง เป็นต้น (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2554 : 57)

ในประเทศไทยปกติการพิจารณาคดีที่เกี่ยวข้องกับหลักสุจริตก็จะมีลักษณะพิจารณาเป็นรายกรณีไป เท่าที่เห็นชัดว่า การกระทำดังกล่าวศาลเห็นว่า ขัดแย้งกับความสุจริตในสายตาของสังคม อย่างเช่น ราคาประมูลซึ่งต่ำกว่าความเป็นจริงจากราคากลางซึ่งส่อให้เห็นความทุจริต หรือการกระทำที่ขัดแย้งกันในทุกประการก่อนๆ ที่แล้วมาย่อมแสดงให้เห็นความไม่สุจริต (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1569/2542 และ 665/2524) (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2554 : 66)

เป้าหมายของหลักสุรตินั้น เพื่อปรับปรุงแต่งในกรณีมีการบังคับใช้กฎหมายเพื่อให้เกิดความยุติธรรมในสังคมหรืออาจจะใช้ลดความเลื่อมล้ำความไม่เป็นธรรมของสัญญาก็ได้เช่นกัน เช่น ในกรณีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม อาจขยายหลักสุจริตเพื่อการคุ้มครองฝ่ายที่อ่อนแอกว่าทางเศรษฐกิจ เพื่อเป็นการป้องกันมิให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบจากผู้ที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจในการเข้าทำสัญญา ซึ่งหลักสุจริตจะใช้พิจารณาในกรณีการพิเคราะห์ถึงพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมในกระบวนการเข้าทำสัญญา เช่น การที่ข้อสัญญาที่ผู้จำหน่ายสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงข้อสัญญาฝ่ายเดียว โดยไม่ต้องมีเหตุผลโดยชอบ เป็นต้น (smĀmice Ā.93/13/ES, 2012) หลักสุจริตมีลักษณะเป็นกฎหมายยุติธรรม *Jus aequum* เป็นบทบัญญัติที่มีลักษณะซึ่งเป็นตัวบทกฎหมายที่ไม่ได้กำหนดผลทางกฎหมายไว้อย่างชัดเจน ตัวบทจะมีลักษณะเป็นการเปิดช่องให้ผู้ใช้ตีความ ปรับแต่งให้กฎหมายนั้นสมบูรณ์เหมาะสมกับสภาพสังคม พฤติการณ์ และกาลสมัย เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ” (สมยศ เชื้อไทย, 2555 : 154-157) “ การใช้การตีความก็ต้องพิเคราะห์ให้เหมาะสมกับคดี เพราะ หลักสุรตินี้ ก็เป็นมาตรฐานตัวชี้วัดในพฤติกรรมมนุษย์ในสังคมว่า ดีหรือไม่ดี ในสังคม ” (สมยศ เชื้อไทย, 2555 : 156) หลักสุรตินี้ยังมีความใกล้ชิดผูกพันกับหลักศีลธรรมอันดีและความสงบเรียบร้อยของประชาชนการขัดแย้งต่อหลักสุรตินี้ก็พึงคาดหมายว่าเป็นการขัดแย้งต่อศีลธรรมอันดีและความสงบเรียบร้อยของสังคม ซึ่งก็หมายความว่าหลักสุรตินี้เป็นบทบังคับ *Jus cogens* ที่ไม่สามารถตกลงเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่นได้ ดังนั้นตามแนวคิดของท่านผู้ช่วย

ศาสตราจารย์ กิตติศักดิ์ ปกติ หลักสุจริต เมื่อกล่าวถึงเป้าหมายแล้ว นั่นคือการปรับใช้หลักสุจริต “ เพื่อ 1.ใช้ ในทางเสริมสร้างหลักเกณฑ์ตามสัญญาหรือตามกฎหมายให้มีเนื้อหาสมบูรณ์ขึ้น เช่น กรณีที่คู่สัญญาที่เป็น ผู้เชี่ยวชาญทางธุรกิจมีหน้าที่อธิบายชี้แจงในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและ การปกปิดข้อมูลถือว่าไม่สุจริต, 2. เพื่อใช้ในทางควบคุมหรือสกัดกั้นการใช้สิทธิในทางที่ไม่ชอบธรรม อย่างเช่น การใช้สิทธิไม่สุจริตไปในทาง เสียหายแก่ผู้อื่นหรือการใช้สิทธิไปในทางฝ่าฝืนตรงกันข้ามกับพฤติกรรมครั้งก่อนๆ, 3.เพื่อใช้ในทางปรับปรุง แก้ไขสิทธิหน้าที่ของคู่กรณีให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ค่าเงินที่ตกต่ำมากซึ่งจะต้องมีการ นำหลักสุจริตมาปรับให้การชำระหนี้เป็นธรรม ” (กิตติศักดิ์ ปกติ, 2554 : 92-105)

8. ความคิดเห็นทั่วไปและความเป็นมาของหลักสุจริตในประเทศสาธารณรัฐเช็ก

ประเทศสาธารณรัฐเช็กเป็นประเทศที่เคยอยู่ภายใต้การปกครองในจักรวรรดิ ออสเตรีย-ฮังการี ก่อนที่จะ แยกตัวออกมาเป็นประเทศเอกราชนามของประเทศเช็กโกสโลวาเกีย ในช่วงปลายของสงครามโลกครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม ค.ศ.1918 ช่วงแรกของสาธารณรัฐที่ 1 มีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย แบบรัฐสภา โดยมี ประธานาธิบดี เป็นประมุข แต่ภายหลังจากเหตุการณ์ที่เรียกว่า “กุมการัฐประหาร” (Únorový převrat) โดยพรรค คอมมิวนิสต์แห่งเช็กโกสโลวาเกีย (Komunistická strana Československa, KSČ) จึงเปลี่ยนประเทศกลายเป็น ระบอบการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ก่อนที่จะเปลี่ยนมาเป็นเสรีประชาธิปไตยเมื่อปี 1989 และจากการที่รวมเป็น ประเทศเดียวกับประเทศสโลวาเกียภายใต้ชื่อ เช็กโกสโลวาเกีย ก็ได้ตัดสินใจแยกตัวออกเป็นสองประเทศ เมื่อเมื่อ วันที่ 1 มกราคม ค.ศ.1993 เป็นประเทศสาธารณรัฐเช็กและสาธารณรัฐสโลวาเกีย และในปี 2004 ประเทศ สาธารณรัฐเช็กได้เข้าเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป

เนื่องจากประเทศสาธารณรัฐเช็กเคยขึ้นอยู่กับออสเตรีย-ฮังการี ซึ่งก็ได้รับอิทธิพลของประมวลกฎหมาย แพ่งออสเตรียแต่ก็ถูกเปลี่ยนไปในประมวลกฎหมายรูปแบบคอมมิวนิสต์ เมื่อเปลี่ยนการปกครองกลายเป็น คอมมิวนิสต์ และหลังจากคอมมิวนิสต์ล่มสลายลงไปได้มีการรื้อฟื้นหลักกฎหมายที่เคยใช้เมื่อครั้งยังไม่เป็น คอมมิวนิสต์ โดยถือหลักสุจริต (Dobrá víra) ในแนวทางเสรีนิยมด้วย

เนื่องจากประเทศสาธารณรัฐเช็ก เป็นประเทศที่มีระบบกฎหมายแบบภาคพื้นยุโรป (Kontinentální typ právní kultury) ที่เรียกว่าได้รับอิทธิพลจากกฎหมายโรมันเป็นรากฐานหรือ Romano-Germanic (Gerloch, 2009 : 104) และใช้ประมวลกฎหมายเหมือนอย่างประเทศเยอรมนี ประเทศออสเตรียและประเทศไทยโดยมีประมวล กฎหมายหรือที่เรียกว่า Kodex ที่สำคัญคือ ประมวลกฎหมายแพ่ง (Občanský zákoník), ประมวลกฎหมายการค้า (Obchodní zákoník), ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง (Občanský soud řád), ประมวลกฎหมายอาญา (Trestní zákoník), ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา (Trestní řád) (Boguzak et al, 2009 : 41)

ผลของการตกอยู่ภายใต้การปกครองในระบอบคอมมิวนิสต์ยาวนานและเมื่อเปลี่ยนมาเป็นเสรีนิยม ประชาธิปไตย ประชาชนเองก็ยังไม่เคยชินกับระบบเสรีนิยมเท่าไร โดยเฉพาะในระบบเศรษฐกิจเสรีทุนนิยม แบบมือยาวสาวได้สาวเอา ทำให้หลักสุจริต (Dobrá víra) ในทางคำรากฎหมายเอกชนของประเทศสาธารณรัฐเช็ก ได้นำมาอธิบายเพื่อที่จะคุ้มครองฝ่ายที่เป็ผู้อ่อนแอกว่าทางเศรษฐกิจ (Ochrana slabší strany) ไม่ให้โดนเอารัด เอาเปรียบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค (Kanapová et al, 2005,1 : 53-54)

นอกจากนั้นในประเทศสาธารณรัฐเช็กเองก็ได้มีการใช้หลักสุจริตขยายความประกอบกับหลักกฎหมายอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประมวลกฎหมายการค้า เป็นต้นว่า หลักสุจริตและคุ้มครองบุคคลที่สาม (Zásada dobré víry a ochrany třetích osob) หลักความซื่อสัตย์ไว้วางใจในธุรกิจการค้า (Zásada poctivého obchodního styku) หลักความเป็นมืออาชีพ (Zásada profesionality) ตัวอย่างเช่น ความเป็นมืออาชีพของผู้เป็นกรรมการบริหารในบริษัท หลักการคุ้มครองผู้ถือหุ้นข้างน้อย (Zásada ochrany minoritních akcionářů) หลักการคุ้มครองผู้ถือหุ้นทุกคนจากการกระทำตามอำเภอใจและพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ในการบริหารของคณะกรรมการบริษัทมหาชน (Zásada ochrany všech akcionářů před svévolným a nekorektním chováním představenstva), หลักการแจ้งต่อผู้ถือหุ้นในการบังคับตามสิทธิของตน (Zásada včasného informování akcionářů o výkonu jejich práv) และ หลักการภักดีต่อตรงต่อกิจการ (Zásada loajality) (Lochmanová et al, 2009 : 19-20)

9. สรุป

จากการศึกษาวิจัยพบว่า หลักสุจริตเป็นคุณธรรม ศีลธรรมขั้นสูงถือได้ว่าเป็นเสาหลักของระบบกฎหมายที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะกอนิติสัมพันธ์แบบใด ก็ต้องคำนึงถึงหลักสุจริตเป็นที่ตั้งเสมอ ความสุจริตเป็นสิ่งที่มีความรู้ดีรู้ชั่วในตัวมนุษย์ ซึ่งคนนำมาใช้ปรุงแต่งกฎหมายเพื่อให้เกิดความยุติธรรมขึ้นมา ที่ได้มีการพัฒนาหลักสุจริตที่ตีความเท่าใดก็เป็นสังคมที่สูงด้วยความเจริญเท่านั้น ในประเทศที่จะเจริญแล้วมีการขยายขอบเขตหลักสุจริต เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่สังคม ซึ่งผู้เขียนคิดว่า จากคำสอนของบรรดาครูบาอาจารย์ตลอดจนนักกฎหมายผู้ทรงคุณวุฒิประกอบกับการศึกษาหลักสุจริตทั้งในประเทศไทยเองและการศึกษาเปรียบเทียบการใช้หลักสุจริตในสังคมต่างประเทศทั้งตัวอย่างและประสบการณ์เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยนำมาใช้พัฒนาขยายขอบเขตหลักสุจริตเพื่ออำนวยความสะดวกรักษาไว้ซึ่งศีลธรรมจริยธรรมอันดีงามและความเจริญสังคมไทยต่อไป

10. รายการอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ ปกรติ. 2554. **หลักสุจริตและเหตุเหนือความคาดหมายในการชำระหนี้**. กทม : สำนักพิมพ์วิญญูชน
บทความพระพุทธศาสนา. 2555. **สุจริต 3**. สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2555, จาก บทความพระพุทธศาสนา
เว็บไซต์ <http://buddhismarticles.com/fl547/%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%95-%E0%B9%93>
- ปริญา ประหยัดทรัพย์. 2555. **สุจริตธรรมนำสันติสุข**. สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2555, จาก Islammor.com เว็บไซต์
ไซด์ <http://www.islammor.com/main/content.php?page=sub&category=6&id=2313>
- ประมวลกฎหมายรัชกาลที่ ๑ เล่ม ๑. 2529 มหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมือง. กทม : โรงพิมพ์เรือนแก้ว
การพิมพ์
- ประมวลกฎหมายรัชกาลที่ ๑ เล่ม ๒. 2529 มหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมือง. กทม : โรงพิมพ์เรือนแก้ว
การพิมพ์

สมยศ เชื้อไทย. 2555 (พิมพ์ครั้งที่ 18) *ความรู้กฎหมายทั่วไป,คำอธิบายวิชากฎหมายแพ่ง : หลักทั่วไป*. กทม :

สำนักพิมพ์วิญญูชน

แสวง บุญเฉลิมวิภาส. 2551. (พิมพ์ครั้งที่ 7) *ประวัติศาสตร์กฎหมายไทย*. กทม : สำนักพิมพ์วิญญูชน

Black's Law Dictionary 8th Edition (West Group, 2004), Bryan A. Garner, editor,

BOGUZAK,J.,ČAPEK,J.,GERLOCH,A. 2003. *Teorie práva*.Praha: ASPI.

GERLOCH, Aleš. 2009. *Teorie práva*.5vyd.Plzeň : Aleš Čeněk

KNAPPOVÁ,M.,ŠVESTKA,J.,DVOŘÁK,J.a kol. 2005 *Občanské právo hmotné*.1.díl,4 vydání.ASPI-

Wolters Kluwer

LOCHMANOVÁ,L.2009 *Základní obchodní právo*.1 vydání.Ostrava-Přívot:Key Publishing s.r.o

SKULOVÁ, Soňa et al. 2008 *Správní právo procesní*.Plzeň : Aleš Čeněk

Telec,I. Poctivost a důvěra, dobrá víra, dobré mravy, veřejná morálka a veřejný pořádek. *Právní*

rozhledy,2001 Č.1 s.1.(cit.11.7.2012) Dostupné na <http://www.pavelpetr.cz/soubory/29/87/>

NOSP2_CLANEK_TELEC_DOBRE_MRAVY.pdf

Zajíc J.*Principochrany dobrých věcí v Českém soukromém právu*. Dostupné na

[http://www.kubicapartners.cz/portal/clanky-publikovane-nasi-advokatni-kancelari/princip-ochrany-](http://www.kubicapartners.cz/portal/clanky-publikovane-nasi-advokatni-kancelari/princip-ochrany-dobre-viry-v-ceskem-soukromem-pravu/Princip-ochrany-dobre-viry-v-ceskem-soukromem-pravu-58.htm)

[dobre-viry-v-ceskem-soukromem-pravu/Princip-ochrany-dobre-viry-v-ceskem-soukromem-pravu-](http://www.kubicapartners.cz/portal/clanky-publikovane-nasi-advokatni-kancelari/princip-ochrany-dobre-viry-v-ceskem-soukromem-pravu-58.htm)

[58.htm](http://www.kubicapartners.cz/portal/clanky-publikovane-nasi-advokatni-kancelari/princip-ochrany-dobre-viry-v-ceskem-soukromem-pravu-58.htm) (cit 10.7.2012)

směrnice Č. 93/13/ES o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách (cit.11.7.2012)

Dostupné na [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31993L0013:CS:HTML)

[31993L0013:CS:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31993L0013:CS:HTML)

**การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการ
แข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง**

**A CAUSAL MODEL DEVELOPMENT OF FACTORS AFFECTING
COMPETITIVE ADVANTAGE OF CERAMIC BUSINESS
IN LAMPANG PROVINCE**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จตุรภัทร วงศ์ศิริสถาพร

ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

E-mail : wichai_thai@yahoo.com

บทคัดย่อ

ชื่อเสียงขององค์กร ชื่อเสียงของสินค้า ทุนมนุษย์ ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ความไว้วางใจ เชื่อใจ การสื่อสารขององค์กรและวัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิกลำปาง โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า Chi-square เท่ากับ 367.99 ค่า p-value เท่ากับ 0.0000 ที่องศาอิสระเท่ากับ (df) เท่ากับ 230 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.071 ค่า GFI เท่ากับ 0.93 และค่า AGFI เท่ากับ 0.87

จากโมเดลสมการโครงสร้างเรียงตามลำดับความสำคัญของเส้นทางอิทธิพลจากมากไปหาน้อยพบว่า ทุนมนุษย์ (5.61) ความไว้วางใจ (5.25) ชื่อเสียงของสินค้า (3.50) ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง (3.24) วัฒนธรรมองค์กร (1.26) การสื่อสารขององค์กร (.74) และชื่อเสียงขององค์กร (.08) ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง สามารถทำนายได้ถึงร้อยละ 79 ขณะเดียวกัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปางส่งผลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยเส้นทางอิทธิพลเท่ากับ .90 และทำนายได้ร้อยละ 76

คำสำคัญ: จังหวัดลำปาง , ธุรกิจเซรามิก, ฐานทรัพยากร, ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ABSTRACT

A reputation of the organization, brand reputation, human capital, administrative skills, trustworthiness, corporate communication and organization behavior are the factor affected the competitive advantage and cohere with the empirical data. A Chi-square equals to 367.99, p-value equals to 0.0000, degree of freedom equals to 230, RMSEA equals to 0.071, GFI equals to 0.93 and AGFI equals to 0.87

From a structural equation modeling sorted by a path coefficient emphasis reported a human capital factor (5.61), brand reputation (3.50), administrative skills (3.24), organization behavior (1.26), corporate communication (0.74), and reputation of the organization (0.08) are the factors which affected the competitive advantage of Lampang ceramic SME businesses. A prediction ratio is 79 per cent, in the same time, the competitive advantage of Lampang ceramic SME businesses affect a direct business operation by path coefficient ration equals to 0.90 and can be predicted by 76 per cent

KEYWORDS: Lampang province, Ceramic business, Resource-based view, Competitive advantage and Business performance

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549 หน้า 7) ได้จำแนกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยใช้ Thailand competitiveness matrix ด้วยเกณฑ์ 2 มิติ คือ แกนตั้งประกอบด้วยดัชนีที่เป็นปัจจัยดึงดูด (attractive index) 4 ตัวชี้วัดได้แก่ World demand (ปี2003), World demand CAGR (ปี1998-2003), Local demand และ Operating profit ซึ่งแสดงอุปสงค์ทั้งในและนอกประเทศ การเจริญเติบโตของอุปสงค์ต่อสินค้า ส่วนแกนนอนประกอบด้วยดัชนีความสามารถในการแข่งขัน (Competitive index) 3 ตัวชี้วัดได้แก่ RCA (ปี2003) Thailand export CAGR (ปี1998-2003) และ Local content ซึ่งแสดงถึงระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบสามารถจำแนกกลุ่มอุตสาหกรรม พบว่าอุตสาหกรรมเซรามิกของไทยเป็นกลุ่มที่ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2551) ได้ระบุว่าอุตสาหกรรมแร่โลหะ (เซรามิก เครื่องปั้นดินเผาและปูนซีเมนต์) เป็นกลุ่มที่ต้องเร่งการปรับตัวอย่างเร่งด่วน

สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2552) ได้ศึกษาธุรกิจเซรามิกของไทยในภาพรวม พบว่าธุรกิจประสบปัญหาด้านการตลาด ขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ และขาดความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน นอกจากนี้ยังมีการวิจัยของอนุรักษ์ อาทิตย์กวัน (2552) ได้วิจัยแนวทางการพัฒนาผลิตภาพโรงงานเซรามิกลำปาง พบว่า ธุรกิจเซรามิกขาดการวางแผน จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวในการแข่งขันได้

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับฐานทรัพยากร (Resource-based view) เป็นแนวคิดเริ่มต้นจาก Penrose (1959) และ Wernerfelt (1984) ได้ให้ความสนใจของแหล่งที่มาของความได้เปรียบการแข่งขันว่า เกิดจากทรัพยากรภายในองค์กร มากกว่า 15 ปีที่ผ่านมา Resource-based view มีอิทธิพลในแนวคิดทางด้านกลยุทธ์มาก เนื่องจากมุ่งภายใต้ทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กร เพื่อการบริหารจัดการประเด็นสำคัญ คือ การบริหารความสามารถหลักขององค์กร (core competences) เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (Dierickx & Cool, 1989) ดังงานวิจัย เช่น Lopez (2003) ได้วิจัยสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (อันได้แก่ชื่อเสียงของบริษัท ชื่อเสียงของสินค้า ทุนมนุษย์ และวัฒนธรรมองค์กร) ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจและ Lopez (2006) กล่าวเพิ่มเติมว่าสินทรัพย์ไม่มี

ตัวตน (อันได้แก่ชื่อเสียงของสินค้า คุณภาพของสินค้าระดับสูงและมีการวางแผนกลยุทธ์) จะทำให้ธุรกิจมีผลกำไรที่สูงขึ้นสอดคล้องกับ Carmeli & Tishler (2004) ได้ทำการวิจัย พบว่าสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (อันได้แก่ การยอมรับชื่อเสียงของบริษัท ทักษะการจัดการของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร การสื่อสารในองค์กรและทุนมนุษย์) ส่งผลต่อการดำเนินของธุรกิจ (อันได้แก่ผลตอบแทนต่อยอดขาย ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดและความพึงพอใจของลูกค้า) และ Zuzel&Zabkar (2006) วิจัยพบว่าความไว้วางใจจะสามารถก่อเกิดและส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน สอดคล้องกับ Lopez & Iglesias (2010) พบว่าชื่อเสียงของธุรกิจ ที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร (อันได้แก่วินัย การมุ่งเน้นลูกค้า ทีมงาน การให้ความสำคัญในคุณภาพ การวางแผนกลยุทธ์ ลักษณะของการบริหาร) สถานประกอบการ(อันได้แก่ คุณภาพของทีมงาน ความรับผิดชอบต่อสังคม ความแข็งแกร่งทางการเงินและสินค้าหรือบริการ(อันได้แก่คุณภาพของสินค้า) ในปัจจุบันส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเชรามิก และสร้างโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเชรามิก
2. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเชรามิก
3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเชรามิก กับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้ ประชากร คือ ผู้จัดการของธุรกิจเชรามิก จังหวัดลำปาง ทั้งหมดจำนวน 257 โรงงาน (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง, 2551) เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (index of item objective congruence : IOC) การประมวลผลข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

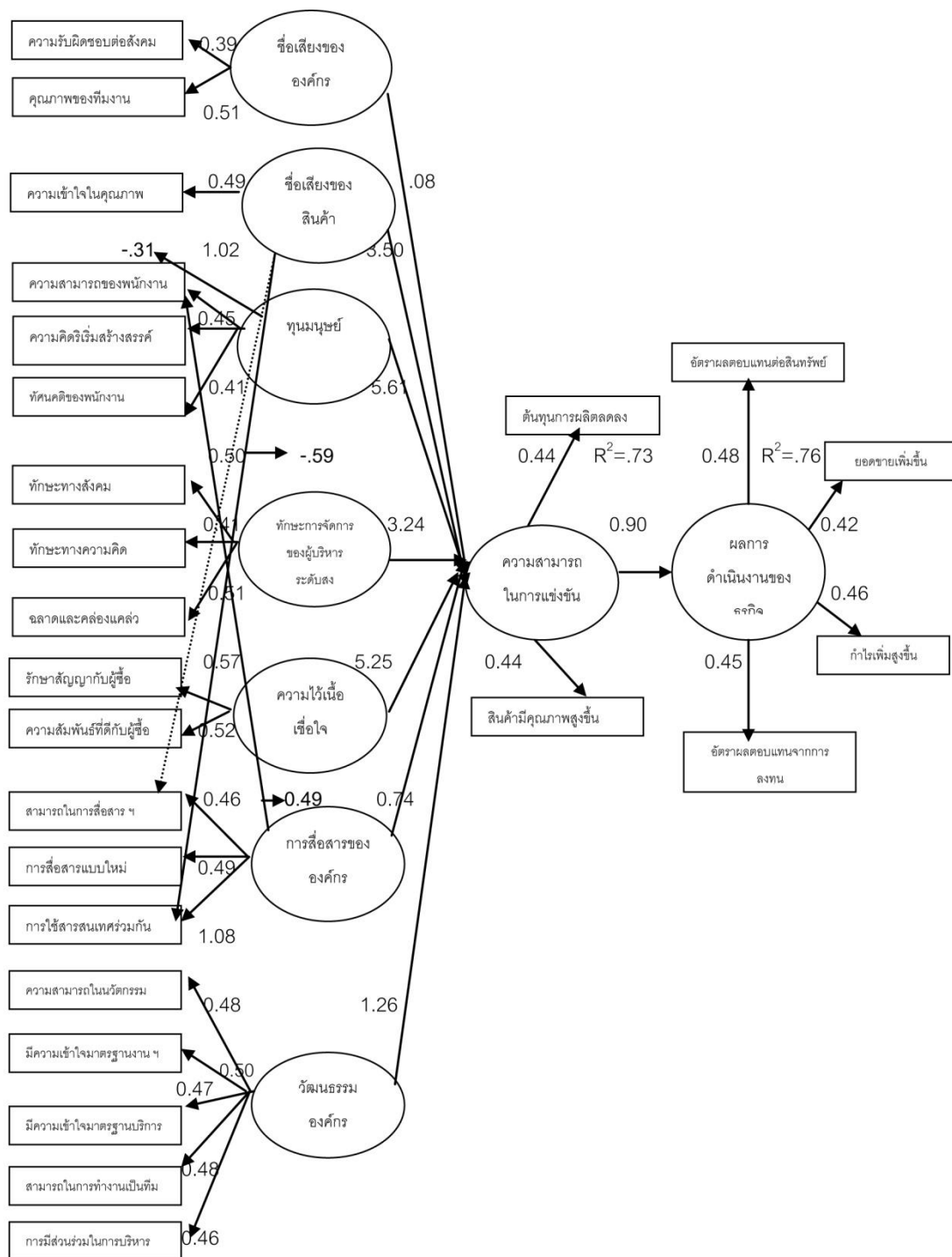
ประชากร คือ ผู้บริหารระดับสูง (ผู้จัดการของธุรกิจเชรามิก จังหวัดลำปาง) จำนวน 257 โรงงาน ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 121 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 47.08 พิจารณายอมรับได้ (Alreck & Settle, 1985 อ้างถึงในงานวิจัยของ Richard, LeMay, Taylor and Turner, 1994 ซึ่งได้วิจัยเรื่อง A Canonical Correlation Analysis of Extrinsic Satisfaction in a Transportation setting ซึ่งมีอัตราตอบกลับเพียงร้อยละ 27.6) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ พบว่า ค่าความเบ้ ค่าความโด่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ การแจกแจงข้อมูลมีลักษณะเป็นโค้งปกติ การตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งเป็นค่าที่น้อยกว่าร้อยละ 80 แสดงถึงตัวแปรอิสระทุกตัวไม่สูงเกินข้อกำหนด (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2548) โมเดลที่พัฒนาผู้วิจัยเริ่มจากสมมติฐาน และ โมเดลที่เกิดจากการพัฒนาปรับโมเดล ซึ่งโมเดลสมมติฐานที่ไม่สอดคล้อง

กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงพัฒนาโมเดลหรือปรับโมเดล ได้ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลลิสมัล ปัจจัยเชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามโมเดลสมการ โครงสร้างที่ปรับใหม่ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (path coefficient) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard error) และค่า T-value of parameter estimate of hypothesized structural equation model (จำนวนตัวอย่าง 121 ราย)

Path Diagram	Path Coefficients	Standard Error	T-value
LAMDA=X			
ชื่อเสียงขององค์กร → คุณภาพทีมงาน	.39	.04	8.77*
ชื่อเสียงขององค์กร → ความรับผิดชอบต่อสังคม	.51	.04	11.27*
ชื่อเสียงขององค์กร → ความเข้าใจในคุณภาพ	.49	.04	12.25*
ทุนมนุษย์ → ความสามารถของพนักงาน	1.02	.19	5.27*
ทุนมนุษย์ → ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของพนักงาน	.45	.04	11.44*
ทุนมนุษย์ → ทักษะของพนักงาน	.41	.04	10.61*
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง → ทักษะทางสังคม	.50	.04	11.67*
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง → ทักษะทางความคิด	.41	.04	10.97*
ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง → ฉลาดและคล่องแคล่ว	.51	.04	12.94*
ความไว้วางใจ → รักษาสัญญากับผู้ซื้อ	.57	.05	11.87*
ความไว้วางใจ → ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ	.52	.04	13.20*
การสื่อสารขององค์กร → ความสามารถในการสื่อสาร	.46	.07	5.14*
การสื่อสารขององค์กร → การสื่อสารแบบใหม่	.49	.04	11.18*
การสื่อสารขององค์กร → การใช้สารสนเทศร่วมกัน	1.08	.28	3.78*
วัฒนธรรมองค์กร → ความสามารถในการนวัตกรรม	.48	.04	11.14*
วัฒนธรรมองค์กร → ความเข้าใจในคุณภาพระดับสูง	.50	.04	11.21*
วัฒนธรรมองค์กร → ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้า	.47	.04	11.59*
วัฒนธรรมองค์กร → ความสามารถในการทำงานเป็นทีม	.48	.04	11.39*
วัฒนธรรมองค์กร → การออกแบบการมีส่วนร่วม	.46	.04	10.80*
LAMDA=Y			
ความสามารถในการแข่งขัน → ต้นทุนการผลิตลดลง	.44	-	-
ความสามารถในการแข่งขัน → สินค้ามีคุณภาพที่สูงขึ้น	.44	.05	8.31*
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ → อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	.48	-	-
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ → ยอดขายเพิ่ม	.42	.05	9.33*
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ → กำไรเพิ่ม	.46	.04	10.27*
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ → อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	.45	.04	12.66*

GAMMA			
ชื่อเสียงขององค์กร → ความสามารถในการแข่งขัน	.08	.05	12.01*
ชื่อเสียงของสินค้า → ความสามารถในการแข่งขัน	5.61	.04	10.31*
ทุนมนุษย์ → ความสามารถในการแข่งขัน	3.24	.02	6.69*
ทักษะการจัดการ ฯ → ความสามารถในการแข่งขัน	5.25	.10	13.85*
ความไว้วางใจ → ความสามารถในการแข่งขัน	.74	.03	11.14*
การสื่อสารขององค์กร → ความสามารถในการแข่งขัน	1.26	.05	7.41*
วัฒนธรรมองค์กร → ความสามารถในการแข่งขัน	3.50	.02	14.62*
BETA			
ความสามารถในการแข่งขัน → ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	.90	.10	8.79*



Chi-Square=367.99, df=230, $\chi^2/df = 1.59$, p-value=0.0000 RMSEA=0.071, GFI=0.93, AGFI=0.87

ภาพที่ 1 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ฯ จังหวัดลำปาง

จากตารางที่ 2 และภาพที่ 1 ผลการพัฒนาโมเดลพบว่าโมเดลการวิจัยที่สร้างขึ้นตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า Chi-square ก่อนปรับโมเดลเท่ากับ 557.66 หลังปรับลดลงเป็น 367.99 ซึ่งนัยสำคัญ วิรัชชัย (2542) ระบุว่าถ้าค่า Chi-square ที่ได้ลดลงต่ำกว่าค่าแรกมาก แสดงว่าโมเดลใหม่มีความ

สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้น ค่า χ^2/df ก่อนปรับเท่ากับ 2.26 หลังปรับลดลงเป็น 1.59 (ซึ่งไม่ควรเกิน 2) ค่า RMSEA หรือ Root mean square error of approximation ก่อนปรับเท่ากับ .103 หลังปรับโมเดลเป็น .071 ส่วนค่าอื่น ๆ ก็อยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าใกล้เคียงกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพิ่มขึ้นกว่าเดิม โมเดลสมมติฐานสอดคล้องหรือเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามตารางที่ 2 ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3

จากโมเดลสมการโครงสร้างเรียงตามลำดับความสำคัญของเส้นทางอิทธิพลจากมากไปหาน้อยพบว่าทุนมนุษย์ (5.61) ความไว้วางใจ (5.25) ชื่อเสียงของสินค้า (3.50) ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง (3.24) วัฒนธรรมองค์กร (1.26) การสื่อสารขององค์กร (.74) และชื่อเสียงขององค์กร (.08) ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง ซึ่งสามารถทำนายได้ถึงร้อยละ 79 ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 ขณะเดียวกันปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปางส่งผลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยเส้นทางอิทธิพล (path coefficient) เท่ากับ .90 และสามารถทำนายได้ถึงร้อยละ 76 เมื่อพิจารณาถึงน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ของปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่ ยังพบว่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

- 1.ความสามารถของพนักงาน (1.02) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (.45) และทัศนคติของพนักงาน (.41) สามารถอธิบายความเป็นทุนมนุษย์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- 2.การรักษาสัญญากับผู้ซื้อ (.57) ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ (.52) สามารถอธิบายความไว้วางใจได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- 3.ความเข้าใจในคุณภาพ (.49) สามารถอธิบายความเป็นชื่อเสียงของสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- 4.ความฉลาดและคล่องแคล่ว (.51) ทักษะทางสังคม (.50) และทักษะทางความคิด (.41) สามารถอธิบายความเป็นทักษะของการจัดการของผู้บริหารระดับสูงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
5. ความเข้าใจในมาตรฐานงาน (.50) ความสามารถในการนวัตกรรม (.48) การทำงานเป็นทีม (.48) ความเข้าใจในมาตรฐานบริหาร (.47) และการมีส่วนร่วมในการบริหาร (.46) สามารถอธิบายความเป็นวัฒนธรรมองค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- 6.ต้นทุนการผลิตลดลง (.44) และสินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น (.44) สามารถอธิบายความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- 7.อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (.48) ผลกำไรเพิ่ม (.46) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (.45) และยอดขายเพิ่ม (.42) สามารถอธิบายผลการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 3 ผลของตัวแปรเชิงสาเหตุ ตัวแปรผลและอิทธิพลรวม

ตัวแปรเหตุ (ตัวแปรอิทธิพล)										
ตัวแปร ผล	R ²	อิทธิ พล	ชื่อ เสียง ของ องค์กร	ชื่อ เสียง ของ สินค้า	ทุน มนุษย์	ทักษะการ จัดการ ผู้บริหาร	ความ ไว้วางใจ	การ สื่อสาร องค์กร	วัฒนธรรม องค์กร	ความ สามารถ ในการ แข่งขัน
ความสา มารถใน การ แข่งขัน	.73	ตรง อ้อม	.08* -	3.50* -	5.61 * -	3.24* -	5.25* -	.74* -	1.26* -	.90* -
รวม			.08	3.50	5.61	3.24	5.25	.74	1.26	.90
ผลการ ดำเนินงาน	.76	ตรง อ้อม	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	.90* -
รวม			-	-	-	-	-	-	-	.90

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับเปลี่ยนจากความสัมพันธ์ของกรอบแนวคิดในตารางที่ 3 โมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับแล้ว สามารถอธิบายอิทธิพลเชิงสาเหตุได้ดังนี้ ชื่อเสียงขององค์กร ชื่อเสียงของสินค้า ทุนมนุษย์ ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง ความไว้วางใจ การสื่อสารขององค์กรและวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

การสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยเรียงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิกจังหวัดลำปางเรียงตามเส้นทางอิทธิพลที่สำคัญจากมากไปหาน้อย คือ ทุนมนุษย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lopez (2003) , Camili & Tishler (2004) ,Katsoulakos & Katsoulacos (2007) ความไว้วางใจ สอดคล้องกับการวิจัยของ Zuzel & Zabker (2006) ชื่อเสียงของสินค้า สอดคล้องกับการวิจัยของ Camerer & Weigelt (1988) ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง สอดคล้องกับการวิจัยของ Camili & Tishler (2004) วัฒนธรรมองค์กร สอดคล้องกับการวิจัยของ Camili & Tishler (2004), Sadri & Lees (2001) , Santos (2000) และ Hall (1993) การสื่อสารขององค์กร สอดคล้องกับการวิจัยของ Carmeli & Tishler (2004), Sanchez & Marin (2005) และชื่อเสียงขององค์กร สอดคล้องกับการวิจัยของ Camerer & Weigelt (1988) และ Flatt & Kowalczyk (2008) ซึ่งเป็นการยืนยันตามแนวคิดที่นักวิชาการ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

โมเดลนี้ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น การจะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเซรามิก จังหวัดลำปาง ควรเน้นการพัฒนาทุนมนุษย์ ความไว้วางใจ

ชื่อเสียงขององค์กร ทักษะการจัดการของผู้บริหารระดับสูง วัฒนธรรมองค์กร การสื่อสารขององค์กรและชื่อเสียงขององค์กร เพราะเป็นตัวแปรที่ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยที่ทุนมนุษย์เป็นตัวขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจมากที่สุด การศึกษาวิจัยเชิงวิเคราะห์ ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น (cross-sectional analysis study) เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้นจึงควรศึกษาในระยะยาว (longitudinal studies) และใช้วิจัยเชิงคุณภาพด้วย

รายการอ้างอิง

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. 2549. รายงานประจำปี 2549. กรุงเทพฯ: บางกอก-บลิ๊ก.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2538. ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (LISRE): สถิติวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

..... 2542.โมเดลลิสรและสถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย.กรุงเทพฯ :จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,สำนักงาน.2551.สถานการณ์SMEsไทยไตรมาส3-4

ค้นเมื่อ16 กันยายน 2551, http://www.industry.go.th/Lists/info_news/Disp.aspx?List

..... 2552.รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาเชรามิก ค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม

2553, http://cms.sme.go.th/cms/c/portal/layout?p_1_id=47.28

อุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง,สำนักงาน.2551. ค้นเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2551,

www.industry.go.th/ops/pio/lampang/list/anity/

อนุรักษ์ อาพิศย์กวิน.2552. แนวทางการพัฒนาผลผลิตภาพโรงงานเชรามิกลำปาง. ดุษฎีนิพนธ์ตามหลักสูตร

การจัดการคุุณภูิบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

Alreck, P. & Settle,R.B.1985.**The Survey Research Handbook**, Homewood,IL;Richard D.Irwin,Inc.

Camerer, C., & Weigelt, K.1988. **Experimental tests of a sequential equilibrium reputation model.**

Econometrica, Vol.56 No 1: 1-36

Carmeli,A&Tishler,A. 2004. **Resources, Capabilities, and The performance of industrial firms : A**

multivariate analysis. Managerial and Decision Economics .Published online in Wiley

Interscience : 299-315.

Flatt,S.J.&Kowalczyk,S.J. 2008. **Creating competitive advantage through intangible assets :The direct**

and indirect effects of corporate culture and reputation. ACR,Vol. 16 : 13-30.

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. 1995. **Multivariate data analysis.** (5th ed).

Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hall,R., 1993. **A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive**

advantage strategic management .Strategic Management Journal , Vol.14 : 607-618.

Katsoulakos,T & Katsoulacos,Y. 2007. **Strategic management, Corporate responsibility and**

Stakeholdermanagement integrating corporate responsibility principles and Stakeholder

- approaches into mainstream strategy : A stakeholder-oriented and integrative strategic management framework.** Corporate Governance, Vol.7 No.4 : 355-369.
- Lopez,V.A. 2003. **Intangible resources as drivers of performance: Evidences from a Spanish study of manufacturing firms.** Irish Journal of Management.: 125-134.
- 2006. **An alternative methodology for testing a resource-based view linking intangible resources and long-term performance.** Irish Journal of Management, Vol.27.No2 : 49-66.
- Lopez ,V.A. & Iglesias , S.2010. **A Reputational-Performance Framework in an SME Context: Some Empirical Evidence from Spain .**Irish Journal of Management, Vol.3.No2 : 35-69.
- Penrose,E.T. 1959. **The theory of the growth of the firm.**New York:John Wiley.
- Richard,M.D., LeMay,S.A.,Taylor,G.S and Turner, G.B.1994. **A Canonical Correlation Analysis of Extrinsic Satisfaction in a Transportation setting.** Logistics and Transportation Review , Vol.30 No.4 : 327-338.
- Sadri,G.&Lees,B. 2001. Developing corporate culture as a competitive advantage. **Journal of Management Development**, Vol.20 No.10 : 853-859.
- Sanchez,A.A.&Marin,G.S. 2005. **Strategic orientation ,Management characteristics ,and Performance : A study of Spanish SMEs.** Journal of Small Business Management, Vol.43 No.3 : 287-308.
- Santos,F.C.A. 2000. **Integration of human resource management and competitive priorities manufacturing strategy.** International Journal of Operation & Production Management, Vol.20 No.5 : 610-628.
- Wernerfelt,B. 1984. **A resource-based view of the firm.** Strategic Management Journal, Vol.5 .pp.171-180.
- Zuzel,B. &Zabkar,V. 2006. **Examination of co-operative norms, Beliefs in interpersonal trustworthiness, Complementary capabilities and Realized competitive advantages in business-to-business relationships.** Economic and Business Review for Central and South-Eastern Europe, Vol.8 : 19-36.

การศึกษาแนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่มีความซับซ้อนกับอาคารอนุรักษ์

กรณีศึกษาสถานีรถไฟกรุงเทพ

THE STUDY OF DESIGN GUIDELINE FOR COMPLEXITY

FUNCTIONS IN CONSERVATION BUILDING

CASE STUDY OF BANGKOK TRAIN STATION

ชานนท์ วาสังหน

อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : chanon.wa@spu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่มีความซับซ้อนกับอาคารอนุรักษ์ กรณีศึกษา สถานีรถไฟกรุงเทพเป็นงานวิจัยภายใต้กรอบแนวคิดของการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและหลากหลายขึ้นภายในพื้นที่ของอาคารอนุรักษ์ที่ยังคงต้องรักษารูปแบบไว้โดยมุ่งเน้นหาแนวทางการจัดการและการออกแบบภายในพื้นที่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมในอาคาร

จากการศึกษาพบว่าแนวทางการปรับปรุงอาคารสถานีรถไฟกรุงเทพนั้นไม่สามารถปรับปรุงพื้นที่ภายในได้อย่างเป็นรูปธรรมเนื่องจากข้อมูลของกลุ่มประชากรได้แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของพื้นที่ในปัจจุบันเป็นเอกลักษณ์ของอาคารและรวมถึงประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ภายในบริบทภายนอกต่างๆและรวมถึงลักษณะทางกายภาพของอาคารที่เป็นอาคารอนุรักษ์ที่ใช้สอยในรูปแบบพื้นที่อาคารสาธารณะขนาดใหญ่มีพื้นที่โล่งมากซึ่งกลับเป็นง่ายในการปรับปรุงพื้นที่ใช้สอยในรูปแบบชั่วคราว (Temporary Space) มากกว่า และจากพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน พบว่า การใช้พื้นที่สาธารณะมีการเปลี่ยนไปมากพอสมควร มีความต้องการพื้นที่ลักษณะ “พบปะเพื่อแลกเปลี่ยน” (Meet & Share) มากขึ้น เช่น การเจรจาแบบเร่งรีบ ซึ่งกินเวลาไม่เกิน 20 ถึง 30 นาทีหรือการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารระหว่างการเดินทางซึ่งสอดคล้องกับพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นจุดศูนย์กลาง (Hub) ของการเดินทางในกรุงเทพมหานครหนึ่งรวมถึงการพัฒนาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายในปัจจุบันสามารถพัฒนาได้ในส่วนของมาตรฐานและรูปแบบการบริการมากกว่า อันเนื่องมาจากพื้นที่ ภายในอาคารปัจจุบันเป็นพื้นที่สำนักงานส่วนหนึ่งด้วย และทิศทางการพัฒนารูปแบบของการเดินทาง คนในสังคมใช้การเดินทางทางรถไฟน้อยลง ทำให้ไม่มีความจำเป็นในการพัฒนาพื้นที่ภายใน เช่น ขยาย หรือ ลด ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาการใช้งานพื้นที่

อย่างไรก็ตามการใช้พื้นที่ในอาคารสาธารณะที่เป็นอาคารอนุรักษ์ยังคงเป็นประเด็นในการพิจารณาในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยเอกลักษณ์อาคารทางประวัติศาสตร์และสภาพสังคมที่เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนที่สุดเนื่องจากรูปแบบของสังคมมีการพัฒนาการอยู่ตลอดเวลาซึ่งจะมีผลต่อรูปแบบเมืองในอนาคตอย่างมากเนื้อหาของการศึกษาพัฒนาต้องพิจารณาบนพื้นฐานของประวัติศาสตร์ของอาคารอนุรักษ์แต่ละอาคาร

เป็นกรณี ไปเพราะบริบทและภูมิหลังของอาคารแต่ละหลังนั้น มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง

คำสำคัญ : พื้นที่ใช้สอย ความซับซ้อน อาคารอนุรักษ์ สถานีรถไฟกรุงเทพ

ABSTRACT

The study of designed conception for complex space area of Conservative Building: Case Study of Bangkok Railway Station by under framework of human behavior that has been changed within conservative building area which continuous keeping the old pattern. The focus is to discover the method how to manage and interior space of the building conform to behavior and environment.

The result of this study found that they cannot discover the method to improve within substantial interior space of the Bangkok Railway Station because the information of the population show that they satisfy on the unique current image of the building area, including the recognition of historical external context and the physical appearance of this conservative building where have a large public space. It is more easy to improve the area as a temporary (Temporary Space) and the current human behavior that occurs is showed that public space have been changed enough by using. They would like to share a space area as "Swap meet" (Meet & Share) in order to hurry deal with their job by 20-30 minutes or check their information during travel by conform with a central space area (Hub) for walking in Bangkok, including for development of interior architectural elements as can be developed on standard and service form more than anything else due to the external area is the part of the office space. Today, less of people travel by train, so it is not necessary for the development a space area within the building such as further or reduce in which may cause some problems around the area.

However, the space area of the conservative building is the main point for discuss on the useful of space area an identity historical building. This issue must be considered carefully as possible because of the form of social is always developed and it will be affected to the form of future city very seriously. The contents of this study have to be considered by each of the basis historic buildings as case by case because each of building have absolutely the different background.

KEYWORDS : Space area Complex Conservative Building Bangkok Railway Station

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. ความเป็นมาและภูมิหลังของสถานีรถไฟหัวลำโพง เพื่อศึกษาที่มาของการออกแบบ ก่อสร้าง จนถึงบริบทต่างๆที่มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างสถานีรถไฟหัวลำโพงขึ้น เช่น แนวทางการพัฒนาประเทศในอดีต รูปแบบสังคมที่เปลี่ยนแปลง

2. ระบบของการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนของผู้วิจัยหรือค้นคว้าซึ่งสามารถแบ่ง

ออกมาได้ 3 ลักษณะใหญ่ๆ คือการออกแบบ, การปรับสภาพแวดล้อมบนพื้นฐานของการปรับเปลี่ยนอาคารและพื้นที่ในอาคารที่มีอยู่แล้วและอาคารใหม่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศและการแก้ไขสภาพแวดล้อมทั้งในและนอกอาคารให้ดีขึ้น เพื่อก่อให้เกิดสุขภาพ, ความสะดวกสบาย, ความปลอดภัยและความอุดมสมบูรณ์

3. การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ ในงานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมความเป็นส่วนตัว ในพื้นที่สาธารณะภายในอาคารที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและกิจกรรมแตกต่างจากอดีตอย่างสิ้นเชิง ในการศึกษาของเวสต์นิน (Westin, 1970) ได้วิเคราะห์ความเป็นส่วนตัวที่เกิดขึ้นออกเป็น 4 สถานะคือความสันโดษ (Solitude) ความสนิทสนม (Intimacy) ภาวะนิรนาม (Anonymity) ความสำรวม (Reserve) จะเห็นได้ว่าสถานะของความเป็นส่วนตัวดังกล่าวทั้ง 4 ยังคงให้ความสำคัญในความหมายการแยกตัวจากการล่วงล้ำของบุคคลอื่นๆ อาจเป็นการแยกตัวของปัจเจกบุคคล ในความสันโดษและภาวะนิรนามอาจเป็นการแยกตัวของกลุ่มในความสนิทสนมและความสำรวม อย่างไรก็ตามอาจพิจารณาสถานะของความเป็นส่วนตัวทั้ง 4 จากความหมายของการควบคุมตัวเองจากบุคคลอื่นได้เช่นเดียวกันเพราะว่าการก่อกำเนิดภาวะเป็นส่วนตัวได้ย่อมไม่ได้หมายความว่าถึงการปิดกั้นแต่อย่างใดแต่น่าจะหมายถึงการปิดหรือเปิดมากขึ้นน้อยตามความเหมาะสม (วิมลสิทธิ์ หรรษาภู: 2541, พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม)

4. แนวทางการอนุรักษ์อาคารเก่าเพื่อศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดทางทฤษฎีของการอนุรักษ์อาคารเพื่อใช้ประโยชน์ใหม่กับการอนุรักษ์อาคารกรณีศึกษาจริงที่เกิดขึ้นและเสนอแนวทางหรือเกณฑ์ในการอนุรักษ์โบราณสถานเพื่อใช้ประโยชน์ใหม่ที่เหมาะสมระเบียบวิธีการศึกษาตามวัตถุประสงค์คือการเข้าศึกษาภายในพื้นที่ของ อาคารสถานีนรคไฟกรุงเทพมหานครบนพื้นฐานของอาคารอนุรักษ์เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และพัฒนาเป็นแนวทางหรือเกณฑ์ในการอนุรักษ์โบราณสถานเพื่อใช้ประโยชน์ใหม่ที่เหมาะสมพบว่าเกณฑ์การบูรณะโบราณสถานเพื่อใช้ประโยชน์ใหม่นี้ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักที่ต้องพิจารณา คือ เกณฑ์การพิจารณาด้านคุณค่าโบราณสถาน (Value) ด้านการออกแบบและก่อสร้างอาคาร (Design and Construction) ด้านการใช้งานอาคาร (Building Use)

5. การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) หมายถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้นในสังคมระหว่างช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งทั้งระดับจุลภาคและระดับมหภาคซึ่งอาจเป็นผลดีหรือผลเสียก็ได้สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม นักสังคมวิทยาและนักมนุษยวิทยาต่างมีความเห็นพร้อมกันถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่ามี 5 สาเหตุดังนี้ (Popenoe 1993 : 542-544) 1. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและประชากร (The physical environment and population) 2. เทคโนโลยี (Technology) 3. วัฒนธรรมวัตถุ (Nonmaterial culture) 4. กระบวนการทางวัฒนธรรม (Cultural processes) 5. การพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Economic development)

6. ประเด็นของการประเมินทางสถาปัตยกรรม (Evaluation Criteria) การประเมินอาคารคือการวัดสมรรถนะ (Performance) ของอาคาร โดยอาศัยเกณฑ์การวัดที่เหมาะสมและเชื่อถือได้แต่การ สร้างเกณฑ์วัดที่ชัดเจนถูกต้องไม่ใช่เรื่องง่าย ในบางกรณีเราต้องการ หว่าอาคารจะสนองประโยชน์ใช้สอยได้ตามวัตถุประสงค์เชิงปริมาณ (Quantitative Intentions) เช่นจะประเมินว่าโรงงานหลังหนึ่งจะมีสมรรถนะต่างกันอย่างไรเราก็วัดจากผลผลิตที่แต่ละโรงงาน สามารถให้ต่อหน่วยเวลาภายใต้เงื่อนไขของงบประมาณที่กำหนด อย่างไรก็ตามการประเมินอาคาร ส่วนใหญ่มิใช่เป็นการวัดผลผลิตต่อหน่วยเวลาและเห็นลงเป็นสำคัญ แต่จะศึกษาวิเคราะห์จาก

เกณฑ์อื่นๆ ประกอบด้วย เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินอาคารขึ้นอยู่กับประเด็นที่ต้องการประเมิน หรือนโยบาย ของ การประเมิน เกณฑ์หรือประเด็นที่ใช้ในการประเมินได้แก่ประเด็นที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจ (Economic Perspective)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจแนวทางการออกแบบปรับปรุงอาคารสถานีรถไฟกรุงเทพที่มีความสำคัญเชิงประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม
2. เพื่ออธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมมนุษย์ที่มีผลจากสังคมและวัฒนธรรมใหม่ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้พื้นที่ภายในอาคารสถานีรถไฟกรุงเทพ
3. เพื่อพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมภายในให้สอดคล้องกับรูปแบบของพฤติกรรมมนุษย์ที่มีผลจากสังคมและวัฒนธรรมใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและการสุ่มตัวอย่างลักษณะของกลุ่มประชากรกลุ่มประชาชนประกอบด้วย คนที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 ปีขึ้นไปและใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ เป็นประจำ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง

จำนวนประชากรกลุ่มประชาชนผู้เข้ามาใช้พื้นที่ในสถานีรถไฟกรุงเทพ ให้ได้จำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 200 ตัวอย่าง

แหล่งที่มาของข้อมูลเบื้องต้นจากการขอข้อมูลที่มีทั้งหมดจากเจ้าหน้าที่ของการรถไฟและประชาชนผู้ใช้ บริการและรวบรวมข้อมูลต่างๆเพื่อการทบทวน วรรณกรรมสร้างกระบวนการวิจัยซึ่งประกอบด้วย การสังเกตการณ์ การถ่ายภาพ การสัมภาษณ์ การออกแบบสอบถาม

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) ในการออกแบบสอบถาม เนื่องจากกลุ่มประชากรมีความชัดเจนและมีขนาดไม่ใหญ่มากใช้การสุ่มตัวอย่างในลักษณะบังเอิญจากกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่อย่างน้อย 200 ตัวอย่าง ในช่วงเวลา 08.00-16.00 ของวันจันทร์-อาทิตย์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ทั้งหมดมี 4 ลักษณะประกอบด้วย

1. การสังเกตการณ์ใช้ในการบันทึกข้อมูลของพฤติกรรมที่สังเกตได้ของผู้ใช้อาคารและความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ใช้สอยกับพฤติกรรมของผู้ใช้อาคารรวมถึงการวัดพื้นที่และองค์ประกอบต่างๆที่มีในสถานีรถไฟหัวลำโพง
2. การสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างด้วยคำถามปลายเปิดกับกลุ่มผู้ให้บริการในประเด็นของข้อมูลทั่วไป ความรับผิดชอบ พฤติกรรมและการตอบสนองความเห็นส่วนตัวและแนวความคิดของอาคารอนุรักษ์
3. การใช้แบบสอบถาม ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากร ซึ่งจะประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความพึงพอใจในด้านต่างๆเกี่ยวกับสถานีรถไฟหัวลำโพงและความคิดเห็นเพิ่มเติม

4. การบันทึกแผนที่พฤติกรรม ใช้บันทึกพฤติกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นภายในร้าน ภายใต้องค์ประกอบของพฤติกรรมและสภาพแวดล้อม ซึ่งจะถูกรวบรวมอยู่ภายใต้กรอบเวลาและลักษณะของพื้นที่

วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลทั้งหมดได้มาจาก 4 ลักษณะได้แก่

1. จากการถ่ายภาพ เพื่อการรวบรวมในส่วนข้อมูลที่จะศึกษาและรายละเอียดส่วนประกอบต่างๆ
2. จากการสังเกตการณ์ โดยใช้การจดบันทึกใน Behavioral mapping
3. จากการสัมภาษณ์ ประชาชนที่เข้ามาใช้พื้นที่ภายในสถานีรถไฟหัวลำโพง
4. จากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้จากประชาชนที่เข้ามาใช้พื้นที่ภายในสถานีรถไฟหัวลำโพง

สถานที่เก็บข้อมูล ห้องโถงใหญ่ สถานีรถไฟกรุงเทพ ทั้งชั้นล่างและชั้นบน

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ในช่วงเวลา 08.00-16.00 ของวันจันทร์-อาทิตย์ เป็นเวลา 1 เดือน

ผู้เก็บข้อมูล

1. การถ่ายภาพ การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์ ดำเนินการโดยผู้วิจัยและผู้ช่วย
2. การตอบแบบสอบถาม ดำเนินการโดยผู้วิจัยและผู้ช่วย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่นำมาใช้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1. การรวบรวมข้อมูล ที่ได้จากการเก็บข้อมูลทั้ง 4 ลักษณะซึ่งประกอบด้วย การถ่ายภาพ การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ การตอบแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณในส่วนของคุณลักษณะจากแบบสอบถามเพื่อหาค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อให้ได้ค่าสถิติในเชิงพรรณนามาใช้บรรยายข้อมูลการสรุปประเด็นปัญหาและแนวทางการแก้ไข
3. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการถ่ายภาพการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์โดยอาศัยการจากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อสรุปประเด็นปัญหาและแนวทางการแก้ไข
4. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. การสำรวจแนวทางการออกแบบปรับปรุงภายในอาคารอาคารสถานีรถไฟกรุงเทพที่ความสำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม

จากการสำรวจครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อสำรวจแนวทางการปรับปรุงภายในอาคารสถานีรถไฟกรุงเทพ เป็นการหาปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้อาคารอันเนื่องจากความไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายในซึ่งผลสำรวจจะถูกอธิบายในรูปแบบการบรรยายโดยมีหลักฐานอ้างอิงจากการสำรวจพื้นที่และประชากรผ่านการสำรวจโดยแบบสอบถามแบบจดบันทึกพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมรวมถึงการวิเคราะห์ผ่านภาพถ่าย ได้ผลปรากฏ ดังนี้

จากแบบสอบถามถึงการรับรู้เรื่องของอาคารอนุรักษ์กับสถานีรถไฟกรุงเทพ มีจำนวนร้อยละ 82 มั่นใจถึงการเป็นอาคารอนุรักษ์ และอีกร้อยละ 10 ค่อนข้างมั่นใจ มีเพียงร้อยละ 8 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แน่ใจว่าอาคารสถานีรถไฟกรุงเทพเป็นอาคารอนุรักษ์

ในข้อเสนอแนะมากกว่าร้อยละ 77 มีความคิดเห็นตรงกันด้วยเรื่องช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การเป็นอาคารอนุรักษ์และรูปแบบ การตกแต่งที่มีลักษณะเป็นแบบตะวันตกค่อนข้างชัดเจน

จากแบบสอบถามถึงองค์ประกอบที่เป็นสัญลักษณ์ของสถานีรถไฟกรุงเทพ มีจำนวนถึง ร้อยละ 95 ที่มีความคิดเห็นตรงกันว่า “นาฬิกาโบราณ” บนผนังด้านทิศใต้เป็นองค์ประกอบอาคารที่แสดงความเป็นสัญลักษณ์ให้กับสถานีรถไฟกรุงเทพมากที่สุด

โดยมีข้อเสนอแนะร้อยละ 62 เห็นว่าการเป็นสัญลักษณ์ของนาฬิกาเนื่องมาจากอยู่ในตำแหน่งที่ง่ายต่อการมองเห็นทั้งจากภายในและภายนอกอาคาร

2. การอธิบายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมมนุษย์ที่มีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมใหม่ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการใช้พื้นที่ของสถานีรถไฟกรุงเทพ

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมมนุษย์อันเนื่องมาจากวัฒนธรรมใหม่ของสังคม ได้ดังนี้

จากแบบสอบถามถึงพฤติกรรมของคนในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงนั้น ปรากฏว่า ร้อยละ 74 เห็นด้วยอย่างมากของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง และมีถึงร้อยละ 20 ที่เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงไม่ค่อยมาก

โดยในข้อเสนอแนะมากกว่าร้อยละ 90 เห็นว่าเทคโนโลยีและรูปแบบสังคมเป็นตัวแปรที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม

จากแบบสอบถามถึงคนในสังคมต้องการความรวดเร็วมากขึ้นนั้นทุกคนที่ตอบแบบสอบถามมีข้อคิดเห็น ตรงกันว่าในสังคมปัจจุบันต้องการความ “รวดเร็ว” ในการดำเนินชีวิตภารกิจประจำวันซึ่งมีผลมาจากการเป็นสังคมของเมืองหลวงที่แตกต่างกับต่างจังหวัดค่อนข้างมาก

จากแบบสอบถามถึงคนในสังคมทำกิจกรรมหลายอย่างพร้อมๆ กันร้อยละ 76 มีความคิดเห็นว่าเป็นคนในสังคมมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทุกคนต้องทำกิจกรรมอย่างน้อย 2 กิจกรรมในเวลาเดียวกัน เช่น เดินทางและการติดต่อกับหรือทานอาหารและการประชุมและอีกอย่างน้อยร้อยละ 22 มีความคิดเห็นตรงข้ามกับกลุ่มแรกเนื่องมาจากลักษณะการดำรงชีวิต ที่มีได้เป็นไปตามกระแสหลักของสังคม

3. การพัฒนาการจัดองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายในเช่นพื้นที่ส่วนพักผ่อนของผู้โดยสารพื้นที่ส่วน บริการของผู้โดยสารเช่นห้องน้ำร้านค้าจุดให้ข้อมูลการเดินทางให้สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรมมนุษย์ที่มีผลมาจากวัฒนธรรมใหม่

ในกระบวนการนี้ เป็นการสรุปข้อมูลเพื่อพัฒนาแนวทางการจัดองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน เพื่อเป็นการปรับปรุงและสร้างมาตรฐานของการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อมที่เกิดการเปลี่ยนแปลง จากวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสามารถสรุปเป็นแนวทางได้ ดังนี้

จากแบบสอบถามถึงเรื่องมีการใช้พื้นที่ในสถานีรถไฟกรุงเทพอย่างคุ้มค่า นั้น ปรากฏว่า มากกว่าร้อยละ 70 เห็นว่าพื้นที่ในอาคารมีการใช้งานเต็มศักยภาพแล้วซึ่งมีข้อคิดเห็นเพิ่มเติมที่ได้จากประสบการณ์ตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่รับรู้จากพื้นที่ภายในอาคาร ณ ช่วงเวลาเทศกาลที่มีการเดินทางโดยรถไฟเป็นจำนวนมาก ส่วนที่เหลือเกือบร้อยละ 20 เห็นว่ายังใช้พื้นที่ไม่คุ้มค่าเนื่องจากมีพื้นที่โล่งมากเกินไป

จากแบบสอบถามถึงความต้องการให้มีพื้นที่กิจกรรมหลากหลายภายในอาคารนั้นปรากฏว่า ร้อยละ 75

เห็นว่าไม่ควรให้มีกิจกรรมที่หลากหลายเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการทำให้เกิดความวุ่นวายและรบกวนการเดินทางของประชาชนทั่วไปและอีกร้อยละ 15 เห็นว่าควรเพิ่มกิจกรรมให้หลากหลายมากขึ้นอันเนื่องมาจากระยะเวลาของการรอรถไฟค่อนข้างนานในบางครั้ง

จากแบบสอบถามถึงขนาดของพื้นที่พักคอยในปัจจุบัน ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามถึง ร้อยละ 58 ที่มีความคิดเห็นว่ายังมีที่ที่นั่งน้อยเกินไป และอีกอย่างน้อยร้อยละ 31 เห็นว่ามีจำนวนที่นั่งพอดีแล้ว

โดยในข้อเสนอแนะระบุไว้มากกว่าร้อยละ 76 บอกว่าที่นั่งไม่พอเนื่องจากใช้งานเก้าอี้ผิดประเภท เช่น วางของ สัมภาระ นอน เป็นต้น

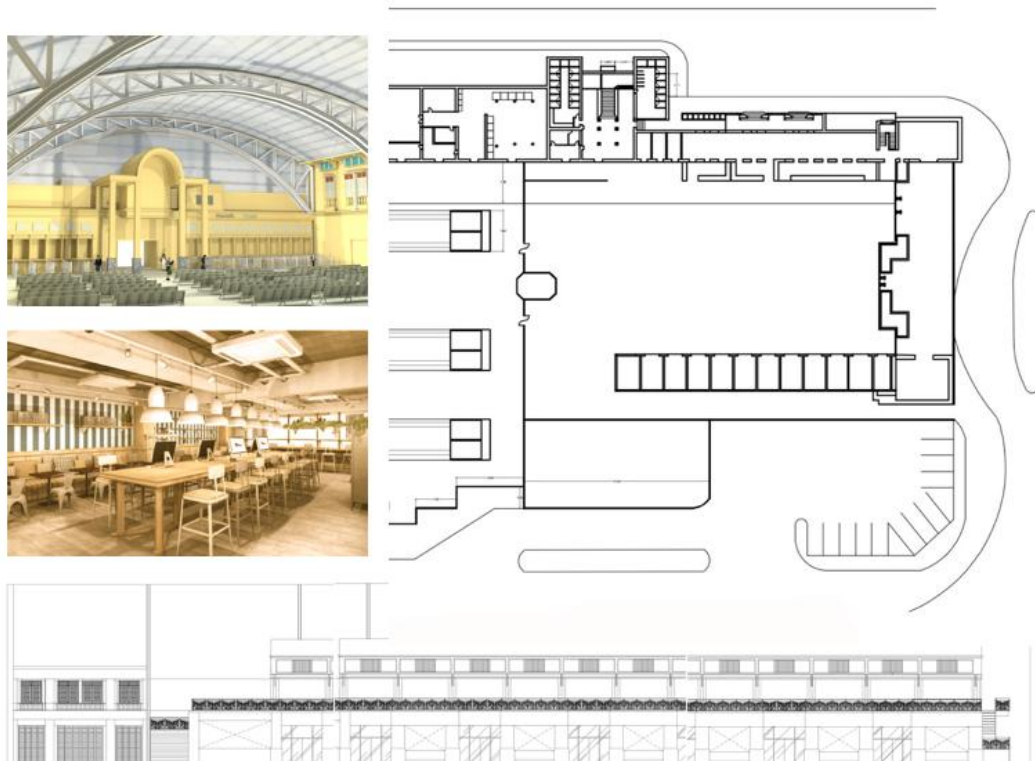
จากแบบสอบถามถึงจำนวนของร้านค้าในปัจจุบัน เกือบทั้งหมดเห็นตรงกันว่ามีจำนวนเหมาะสมดีแล้ว รวมทั้งตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่ริมสองด้านทำให้บริเวณพื้นที่ตรงกลางโล่งไม่เกิดความแออัดเพียงแต่ให้ปรับทางสัญจรหน้าร้านค้าให้กว้างขึ้น เพราะค่อนข้างแคบและเดินลำบากอันเนื่องมาจากหลายๆคนมีสัมภาระขนาดใหญ่หลายใบ

จากแบบสอบถามเรื่องจำนวนของพื้นที่บริการประชาชนในปัจจุบัน พบว่ามากกว่าร้อยละ 90 ค่อนข้างพอใจกับสภาพในปัจจุบันจะมีเสนอแนะเพิ่มขึ้นเช่นจำนวนของตู้ขายตั๋วโดยสารที่ค่อนข้างน้อยในเวลาเร่งรีบหรือป้ายบอกตำแหน่งห้องน้ำที่ไม่ชัดเจนอันเนื่องมาจากตำแหน่งติดตั้งซึ่งเกือบทั้งหมดค่อนข้างพอใจกับการที่มีการติดตั้งจอโทรทัศน์ขนาดใหญ่ ที่ทำให้ติดตามข่าวสารได้อีกทางหนึ่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถามข้างต้นสามารถประมวลผลได้ดังนี้

1. ประชาชนส่วนมากรับรู้ว่าการสถานีรถไฟกรุงเทพเป็นอาคารอนุรักษ์เนื่องมาจากรูปแบบทางสถาปัตยกรรมตะวันตก และองค์ประกอบที่ชัดเจนที่สุดคือ “นาฬิกาโบราณ” บนผนังด้านทิศใต้
2. ประชาชนส่วนใหญ่ ยอมรับว่าสภาพสังคมและเทคโนโลยีเป็นตัวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์รวมถึงรูปแบบการดำรงชีวิตและการแสดงออกหลายๆกิจกรรมในเวลาเดียวกันซึ่งอาจทำให้บางคนเดินทางเข้ามากรุงเทพเป็นครั้งแรก อาจเกิดการไม่เข้าใจในบางพฤติกรรมได้
3. ประชาชนส่วนมากพอใจกับสภาพแวดล้อมภายในอาคารสถานีรถไฟกรุงเทพสิ่งหลักคือเรื่องของที่นั่ง ภายในพื้นที่พักคอยที่ต้องการให้มีการปรับปรุง

แนวทางการออกแบบทางกายภาพ ผังพื้นที่ รูปด้านภายในอาคารและทัศนียภาพ



อภิปรายผล

จากการวิจัยข้างต้น ปรากฏข้อสังเกตดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร ก่อให้เกิดความต้องการพื้นที่ใช้สอยใหม่มากขึ้น ทำให้รูปแบบพื้นที่ที่มีความเปลี่ยนแปลงไป และก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ใหม่ (New Functional Interaction) ซึ่งทำให้รูปแบบการวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานในช่วงก่อนการออกแบบ (Pre-Design Stage) ต้องมีการพัฒนาไปด้วย
2. การปรับตัวของพฤติกรรมมนุษย์ในปัจจุบันจะเป็นไปในรูปแบบการเอาตัวรอด (Survivor) อันเนื่องมาจากเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของกิจการไม่ได้มีการเตรียมพื้นที่ไว้ให้ จึงเป็นเหตุให้เกิดการจัดพื้นที่สาธารณะในรูปแบบชั่วคราว (Temporary Space) ในอาคารสาธารณะมากขึ้น
3. การยอมรับพื้นที่ใช้งานในพื้นที่อาคารสาธารณะ เกิดจากความเหมาะสมในรูปแบบ ดังนี้
 - 3.1 ความสัมพันธ์ของมวลพื้นที่กับกิจกรรม (Relationship between Space & Activities)
 - 3.2 ความสัมพันธ์ของมวลพื้นที่กับพื้นที่ในอาคาร (Relationship between Space & Interior Configuration)

ซึ่งทั้งสององค์ประกอบมีศูนย์กลางของความสัมพันธ์คือมวพื้นที่ (Space) ซึ่งเป็นเกิดจากการกำหนดเมื่อ เริ่มมีการใช้อาคารกับพื้นที่เมื่อถูกกำหนดให้ปรับเปลี่ยนตามวาระของพฤติกรรมมนุษย์มีเปลี่ยนไป

แนวทางการออกแบบเป็นแรงขับเคลื่อนไปสู่การเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่ดีกว่าเดิม เพื่อรองรับพฤติกรรมวิถีชีวิต และรวมถึงการคงรักษารูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่ดีไว้ การฟื้นฟูรูปแบบทางศิลปสถาปัตยกรรม รวมถึงความสัมพันธ์กับการใช้งานที่สอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรมใหม่ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่มีความซับซ้อนกับอาคารอนุรักษ์ ภูมิศึกษาศาสนาไร่ไฟกรุงเทพ นั้น ผู้วิจัยพบว่าประเด็นที่น่าสนใจ ควรค่าแก่การนำไปศึกษาหรือวิจัยต่อไป ซึ่งจะ เป็นข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความสัมพันธ์ของระยะทางการเดินทางในการทำงานกับพื้นที่พักระหว่างการเดินทาง (Breaking Space) ซึ่งเป็นผลมาจากขนาดของเมือง รูปแบบการเดินทางที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา
2. เทคโนโลยีของสังคมเมืองที่มีผลต่อการจัดพื้นที่ในอาคารสาธารณะ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับประเด็นแรก กล่าวคือเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างรวดเร็วซึ่งจากการศึกษาเห็นว่าเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง อย่าง ชัดเจนทุกๆ ปีและทำให้การปรับปรุงพื้นที่ต้องการการพัฒนาให้รองรับพฤติกรรมของมนุษย์ให้เต็มศักยภาพมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานจากการจากการวิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่มีความซับซ้อนกับอาคารอนุรักษ์ ภูมิศึกษาศาสนาไร่ไฟกรุงเทพฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจจะ นามากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้มีพระคุณท่านแรกคือผู้ศึกษาใคร่ขอกราบพระคุณคือ

รศ.เอกชาติ จันอุไรรัตน์ คณบดีคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำปรึกษา ในการทำวิจัยครั้งนี้

คุณอัญชลี ศิริวัฒนกุล ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนและกำลังใจตลอดมา คณาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ให้กำลังใจ และการสนับสนุนการทำวิจัย ในครั้งนี้

นักศึกษาช่วยงานวิจัย ปณิดา สุวรรณเวลา, เพชรตะวัน รุชะฎา, ปวันรัตน์ ไตรระการเดช รวมถึง หลายๆ คนที่ไม่ได้กล่าวถึง

รายการอ้างอิง

- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. 2530, พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม : มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบ
และวางแผน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วีระ สัจกุล. 2544 การประเมินสภาพแวดล้อมอาคาร, กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Frederick J Gravetter, Lori-Ann B.Forzano. 2006, **Research Methods for the Behavioural Science (second Edition)**, U.S.A., Thomson Wadsworth
- Bryan Lawson. 2001, **The Language of Space**, Architectural Press, U.S.A., Architectural Press
- Peter Baofu. 2007, **The future of complexity conceiving a better way to understand order and chaos**,
U.S.A., World Scientific
- http://en.wikipedia.org/wiki/Grand_Central_Terminal
- http://en.wikipedia.org/wiki/Amsterdam_Centraal_railway_station
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Frankfurt_\(Main\)_Hauptbahnhof](http://en.wikipedia.org/wiki/Frankfurt_(Main)_Hauptbahnhof)
- http://en.wikipedia.org/wiki/Gare_de_Paris-Est
- http://en.wikipedia.org/wiki/London_King's_Cross_railway_station
- http://cnode3.slideboom.com/presentations/430595/presentation.swf?slideboom_skin=0
- <http://www.thai-heritage-building.com>

การสื่อสารเพื่อวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

COMMUNICATION FOR PRODUCT POSITIONING ON THE WEBSITES OF THE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THAILAND

กมลวรรณ สุจริต
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยอาศัยการวิเคราะห์เนื้อหา(Content analysis)และการวิเคราะห์บริบท(Texual analysis)ด้วยการศึกษาเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยจำนวน 7 แห่ง ที่ติด 100 อันดับแรก ในภูมิภาคเอเชีย จากการจัดอันดับของสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลกของ <http://www.webometrics.info> ในปี พ.ศ. 2554 ผลการศึกษาพบว่า สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีการวางตำแหน่งขององค์กรในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ การเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาหรือยุทธศาสตร์ขององค์กร มีการนำเสนอในด้านหลักสูตร สาขาวิชา งานวิจัยที่โดดเด่นของสถาบันฯ สำหรับการวางตำแหน่งเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันทุกมหาวิทยาลัยจะนำเสนอจุดเด่นด้านงานวิชาการ แต่จุดที่ทำให้เกิดความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดคือเรื่องของที่ตั้งและลักษณะของงานวิจัยที่ตอบสนองต่อพื้นที่ ในขณะที่มหาวิทยาลัยทุกแห่งกำหนดวิสัยทัศน์ที่จะเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน หรือระดับนานาชาติ แต่การสื่อความหมาย และการเข้าถึงข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็น อาทิ การเดินทาง ทั้งในระดับภูมิภาคและนานาชาติ ยังไม่มีปรากฏให้เห็น สถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด ใช้เว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นลูกค้าในอนาคต มากกว่าที่จะใช้เป็นพื้นที่ในการเผยแพร่องค์ความรู้แก่ผู้บริโภคที่เข้ามาชมทั่วไป ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เว็บไซต์ของทุกสถาบันแล้วพบว่า ยังไม่ได้ใช้แนวทางการตลาดยุค 3.0 ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยต้องมีบทบาทในการดูแลสังคม สิ่งแวดล้อม ประเทศชาติ มากไปกว่าการทำหน้าที่ตามพันธกิจหลักโดยคุณสมบัติดังกล่าวไม่สามารถถูกนำเสนอผ่านเว็บไซต์ได้ แต่ต้องฝังลึกอยู่ในจิตวิญญาณของผู้นคนในสถาบัน

คำสำคัญ : สถาบันอุดมศึกษา ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เว็บไซต์

ABSTRACT

The study of Communication for product positioning on the websites of the higher education institutions in Thailand is a mixed research using the approaches of the quantitative methods, content analysis and the qualitative methods, textual analysis. The researchers have studied the website of 7 higher education institutions in Thailand, those in the top 100 Asian rankings of higher education institutions worldwide by <http://www.webometrics.info>, 2005. The results showed that, the Thai Institutions had similar organizational

positioning in that there was a connection to the organization's strategic or development plans, and that there was presentation of the institution's program of study and prominent research work. For the positioning in order to obtain a competitive advantage, all the institutions presented their academic strengths. The obvious differences, however, were in the institutions location and area-based research studies. While all the institutions set their vision to become a leading academic institution in the ASEA region or at an international level, there was still in formation concerning verbal communication and access to certain necessary information such as regional and international travelling. All the institutions employed the websites more as a channel to communicate with the target groups, their prospective customer than as a space to publicize the knowledge to the general consumers. According to the analysis no institutions used the 3.0 marketing approach. The higher education institutions must perform a role in taking care of the society environment and the nation, at the top of their duty to follow their primary missions. This, however, could not be communicated via the website, but must be instilled in the conscience of the people in the institutions.

KEYWORD : Higher Education Institutions, Brand Positioning, Website

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

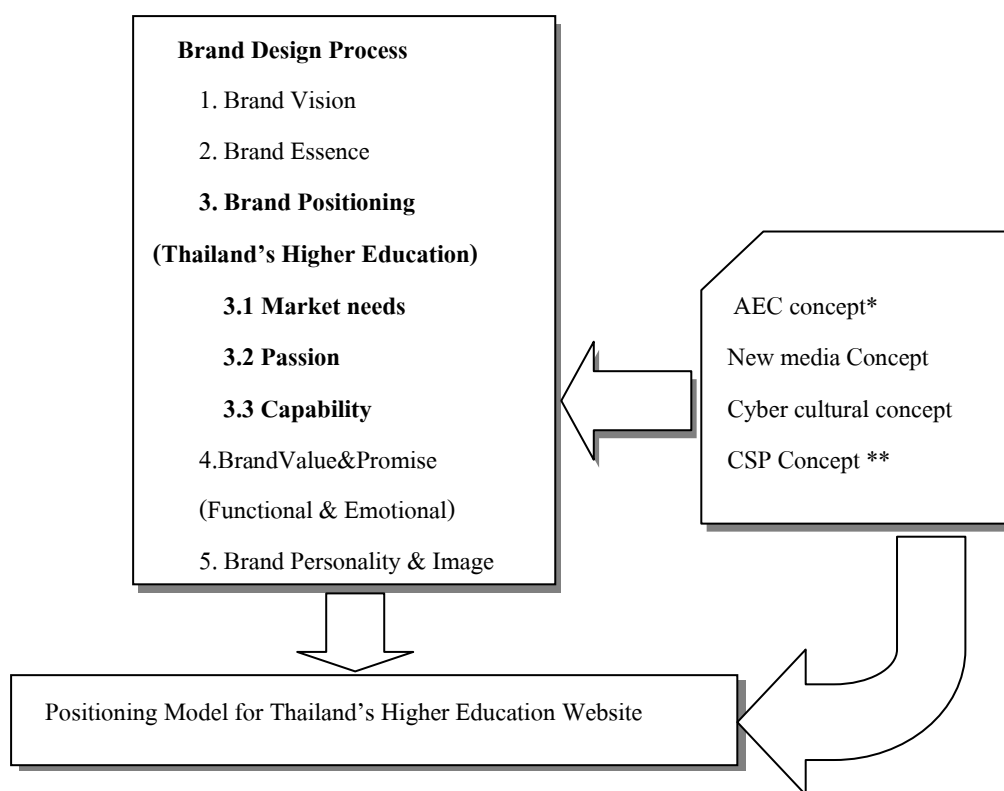
จากการจัดอันดับของสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลกของ <http://www.webometrics.info> ในปี พ.ศ. 2554 โดยทำการศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วโลกกว่า 15,000 แห่ง ไม่พบว่ามีสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยติด 100 อันดับแรก เมื่อศึกษาแบบลงเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย พบว่า มีสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยติด 100 อันดับแรก จำนวน 7 สถาบัน ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐทั้งหมดได้แก่ ลำดับที่ 40. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 41. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 49. มหาวิทยาลัยมหิดล, 50. มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์, 58. มหาวิทยาลัย เชียงใหม่, 71. มหาวิทยาลัยขอนแก่น และลำดับที่ 78. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในการจัดอันดับดังกล่าวเป็นการศึกษาและสำรวจข้อมูลจากเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเว็บไซต์เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับเนื้อหา (Content) บนเว็บไซต์จะเป็นทั้งสื่อและตัวสาร (Medium & Message) ที่จะเชื่อมโยง (Associate) กับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้การวางตำแหน่งของแบรนด์ที่ถูกต้องยังทำให้สามารถที่จะมองเห็นคู่แข่งทางตรงได้อย่างชัดเจน (ศรีกัญญา มงคลศิริ.2547) และนำไปสู่การสร้างลักษณะเฉพาะของแบรนด์สถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่ง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและจดจำได้

สถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบัน ได้ถูกผนวกเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจโลก (Global Economic) ซึ่งเป็นผลมาจากการครอบคลุมของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลก แม้ว่าสถาบันอุดมศึกษาจะกำหนดตำแหน่งของตนให้เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น (Local brand) แต่ในโลกของการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่สามารถควบคุมการเข้าถึงของคนได้ ดังนั้นการปรับตัวของสถาบันอุดมศึกษาไทยในเรื่องช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์จึงมีความจำเป็นมากขึ้น เพราะสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลกมีความพยายามในการพัฒนาและปรับตัวเพื่อรองรับกับสภาพการแข่งขันที่มากขึ้นจนมีการจัดอันดับการผ่านเว็บไซต์ทั่วโลก และใน

ปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยจะต้องก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เต็มตัว ผลจากการเปิดเสรีดังกล่าวจะทำให้มีการเลือกศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาในภูมิภาคอาเซียน กว้างขวางขึ้นเพราะการเดินทางข้ามเขตแดนในภูมิภาคสะดวกขึ้น ตำแหน่งที่ชัดเจนของสถาบันอุดมศึกษาไทย บนเว็บไซต์ จะมีประโยชน์ต่อการศึกษาหาข้อมูลของผู้ที่สนใจที่จะเข้ามาทำงานและศึกษาต่อในประเทศไทย ซึ่งนั่นหมายถึงโอกาสในการแข่งขันของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อสร้างความแตกต่างและการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างสะดวกกว่าช่องทางการสื่อสารอื่น

แนวคิดในการวางตำแหน่งของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยทางเว็บไซต์ จึงเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยมีความสนใจ เพราะการที่สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่ได้รับการจัดอันดับในระดับโลกหรือระดับเอเชีย ควรจะมีกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับการออกแบบการสร้างแบรนด์ (Brand Design) เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ด้วยการใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของคนไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



* ASEAN Economic Community

** Computer Simulations of Presence

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
3. เพื่อถอดแบบจำลองในการวางตำแหน่งทางเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

กระบวนการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา(Content analysis)ร่วมกับการวิเคราะห์บริบท (Textual analysis) จากเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่ติด 100 อันดับแรกของการจัดอันดับสถาบันอุดมศึกษาในภูมิภาคเอเชีย ของเว็บไซต์ที่จัดอันดับมหาวิทยาลัยทั่วโลกจากเว็บไซต์ <http://www.webometrics.info> ซึ่งมีทั้งหมด 7 สถาบัน โดยใช้แนวคิดของการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสร้างสรรค์แบรนด์ (Brand Design) แล้วทำการอภิปรายผลพรรณนาเพื่อนำไปสู่การอธิบายถึงการกำหนดตำแหน่งสถาบันอุดมศึกษาในเครือข่ายการสื่อสารที่ใหญ่ที่สุดในโลกในปัจจุบันนั้นคืออินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัย

แนวทางการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่าทุกมหาวิทยาลัยมีแนวทางการวางตำแหน่งทางเว็บไซต์ด้วยการกำหนดจุดยืนตามแผนพัฒนาหรือแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย คือ 1) จุดที่มหาวิทยาลัยสามารถนำเสนอได้จริง คือหลักสูตร/สาขาวิชา ซึ่งแต่ละมหาวิทยาลัยมีหลักสูตรที่เน้นให้โดดเด่นต่างกัน มีเพียงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ไม่ได้เน้นนำเสนอหลักสูตรในกลุ่มวิชาใดเป็นพิเศษ นอกจากนี้จุดยืนของมหาวิทยาลัยที่สามารถนำเสนอได้อีกประการหนึ่งคือการเป็นมหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นด้านการวิจัย โดยมีการนำเสนอผลงาน/บุคลากร ที่ได้รับรางวัลจากการวิจัยบนเว็บไซต์ 2) จุดที่มหาวิทยาลัยแตกต่างและได้เปรียบคู่แข่ง คือการพยายามนำเสนอในด้านผลงานวิชาการ การวิจัยในหลักสูตรที่มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งโดดเด่น รวมถึงนำเสนอสถาบันวิจัยและพัฒนาที่มีความแตกต่าง ซึ่งมีความคล้ายคลึงกัน มีเพียงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เน้นให้ความสำคัญกับการนำเสนอเรื่องกลุ่มเป้าหมายโดยนำเสนอเรื่องของนักเรียนที่สอบแอดมิชชันคะแนนสูงสุดใน 10 สาขาวิชาเลือกเรียนที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 3) จุดที่ผู้บริโภคต้องการและเป็นจุดที่ไม่มีมหาวิทยาลัยใดสามารถสนองความต้องการได้ดีที่สุด การวางตำแหน่งในส่วนนี้ที่เห็นได้อย่างโดดเด่น คือ หลักสูตรที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ในภูมิภาค และงานวิจัยในพื้นที่ ซึ่งมหาวิทยาลัยอื่นๆ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้เท่ากับมหาวิทยาลัยในพื้นที่

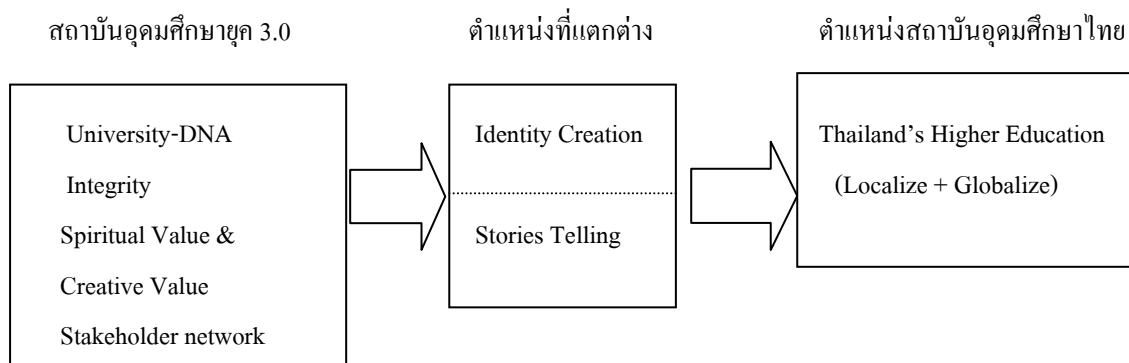
กลยุทธ์การใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

พบว่ามหาวิทยาลัยทุกแห่งมีโครงสร้างของเว็บไซต์ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และวางตำแหน่งของการใช้งานในลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมาก มีการใช้ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีการเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเข้ากับสถาบันชาติและสถาบันพระมหากษัตริย์ ใช้สีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละมหาวิทยาลัยเป็นสีพื้นหรือสีหลักบนเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์มีการใช้กลยุทธ์ในเรื่องของการสื่อสารด้วยภาษา ที่มากกว่าเว็บไซต์มหาวิทยาลัยอื่นๆ คือมีถึง 4 ภาษา ในขณะที่มหาวิทยาลัยอื่นมีเพียง 2 ภาษา นอกจากนี้ยังพบการเรียงลำดับ หรือการกำหนดตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมาย มหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักวิจัย โดยมีหัวข้อสำหรับการเข้าถึงข้อมูลโดยเฉพาะซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่แตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น นอกจากนี้ยังพบว่ามหาวิทยาลัยมุ่งสื่อสารกับลูกค้าในอนาคตเป็นสำคัญ

จากการศึกษาแบบจำลองกระบวนการสร้างแบรนด์ของ ศรีภิญญา มงคลศิริ (2540) และการสำรวจเว็บไซต์ของทุกมหาวิทยาลัยจึงเกิดการถอดแบบจำลองในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางเว็บไซต์ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยดังนี้

แบบจำลองการกำหนดตำแหน่งมหาวิทยาลัยในประเทศไทยบนเว็บไซต์

Positioning Model for Thailand-University Website



อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษา เรื่อง การสื่อสารเพื่อวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางเว็บไซต์ ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ได้ทำการอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

จุดยืนที่องค์กรสามารถนำเสนอได้จริง มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นด้านการวิจัย แต่กลับไม่มีส่วนของการนำองค์ความรู้ที่เปิดสอน หรือผลของงานวิจัยออกเผยแพร่ทางเว็บไซต์ในลักษณะของการนำเอาหลักการทางวิชาการไปแนะนำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถนำไปใช้ได้ ไม่ได้ใช้ช่องทางการสื่อสารนี้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ไปสู่ผู้อ่านอย่างเป็นรูปธรรมแก่ผู้เข้าชมทั่วไปแม้ว่าจะไม่มีโอกาสเป็นลูกค้าของมหาวิทยาลัยก็ตาม ยังขาดการให้ความสำคัญกับพื้นที่นำเสนอองค์ความรู้ ซึ่งยังคงเป็นวิธีการใช้เว็บไซต์เพื่อทำการตลาดแบบ Marketing 2.0 คือเน้น การทำ STP (Segmentation-Target-Positioning) คือการทำการตลาดแบบแบ่งประเภทของตลาด (Segmentation) ตามกลุ่มเป้าหมาย(Targeting) และการวางตำแหน่งเพื่อครองใจลูกค้า (Positioning) หากจุดเด่นมากำหนดเป็นจุดจุดใจ สร้างการระลึกถึงหรือจดจำ(Customer's minds)แต่ คอตเลอร์ (Philip Kotler,2011)ได้พูดถึงแนวโน้มของการตลาดในปัจจุบัน ได้เข้าสู่ยุคของ Marketing 3.0 ซึ่ง จะต้องครอบคลุมทั้งการตอบสนองทั้งด้านกายภาพและอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภค(Functional & Emotional Value) และที่สำคัญคือ รูปแบบของการตลาดต้องสะท้อนถึงจิตวิญญาณของความเป็นมนุษย์ (Human Spirit)ขององค์กรด้วย นั่นหมายความว่าสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ต้องรับผิดชอบต่อส่วนรวมและสังคมลึกกว่าเดิม ด้วยการช่วยเหลือสังคม ขจัดความยากจน ป้องกันสิ่งแวดล้อมและการคงอยู่ของมนุษยชาติ โดยไม่จำเป็นว่าบุคคลที่เข้ามาดูเว็บไซต์จะต้องเป็นลูกค้าในอนาคตเท่านั้น ทั้งนี้ในแนวคิดเรื่อง “Cyber Culture” ของ Pierre L’evy(2001) ที่กล่าวว่า โลกของ เวิลด์ ไวน์ เว็บ (www.) ทำให้เกิดการปรับตัวในเรื่องความเสมอภาคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและโลกแห่งการแลกเปลี่ยนข่าวสารที่มีพลังอำนาจมหาศาล ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้อย่างกว้างขวาง มหาวิทยาลัยน่าจะใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติของการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในด้านดังกล่าว

มหาวิทยาลัยทั้งหมดที่ทำการศึกษากำหนดวิสัยทัศน์ที่จะเป็นมหาวิทยาลัยในระดับภูมิภาคเพื่อให้สอดคล้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จุดที่มหาวิทยาลัยเคยมองว่าได้เปรียบคู่แข่งเช่น คุณภาพทางวิชาการ หรืองานวิจัย ก็จะไม่ใช่อีกได้เปรียบอีกต่อไปหากผู้เข้าชมเว็บไซต์นำไปเปรียบเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาในภูมิภาคเดียวกันอย่างประเทศสิงคโปร์ ยิ่งไปกว่านั้นมหาวิทยาลัยที่ทำการสำรวจในครั้งนี้ มากกว่าครึ่งมุ่งจะเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในระดับโลกซึ่ง Marshall McLuhan (1968) ได้อธิบายว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์น่าจะเป็นตัวกำหนดวัฒนธรรมระดับล่างสุดหรือระดับพื้นฐานของสังคม หรือเป็นแหล่งรวมของการผลักดันความสนใจพิเศษของคนเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น หากมหาวิทยาลัยในประเทศไทยยังไม่สามารถกำหนดจุดยืนที่แตกต่าง (Niche) ได้ก็ยากที่จะก้าวไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลกตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และนำเสนอบนเว็บไซต์

ต่อมาคือจุดที่ผู้บริหารต้องการที่พบได้ชัดอีกประการหนึ่งคือทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย (Location) มหาวิทยาลัยหลายแห่งในไม่มีข้อมูลในเรื่องทำเลที่ตั้ง และทั้ง 7 สถาบันฯ ไม่มีคำแนะนำวิธีการเดินทางสำหรับภูมิภาคอาเซียน หรือการเดินทางมาจากยุโรป สหรัฐอเมริกา ก็ไม่มีข้อมูลเหล่านี้ปรากฏ ซึ่งไม่สอดคล้องกับเป้าหมายที่ต้องการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในระดับนานาชาติหรือระดับโลก การสร้างตำแหน่งของมหาวิทยาลัยที่เห็นได้ชัดในจุดนี้คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีการจัดทำหลักสูตรออนไลน์ ซึ่งเป็นหลักสูตรนานาชาติ และทำการเรียนการสอนโดยผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยใช้ประโยชน์จากปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ของสื่อใหม่ (New Media) ตามแนวคิดของ Mark Poster (1990) ปฏิสัมพันธ์คือสิ่งที่ทำให้สื่อใหม่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิม แนวโน้มของสื่อใหม่ในประเทศไทยมีการเติบโตแบบก้าวกระโดดในหลายๆ มิติ ทั้งด้าน โฆษณา ด้านบันเทิง แต่ในด้านการศึกษาก็ได้วางผังเริ่มต้นไม่นาน

สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มุ่งเน้นการให้เข้าไปใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยโดยตรง ลักษณะดังกล่าวสะท้อนว่ามหาวิทยาลัยมอง “เว็บไซต์” เป็นเพียงแค่ช่องทางการสื่อสารการตลาด แต่แนวคิดของ Marshall McLuhan (1968) ที่กล่าวว่าตัวสื่อก็คือสาร (Medium is The Message) และแนวคิดเรื่อง Computer simulations of Presence ที่ทำให้สื่อที่ใหม่ (New media) มีปฏิสัมพันธ์ได้สะดวกกว่า แม้ว่าจะไม่ได้เป็นปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้าแบบมีอยู่จริง (Presence) แต่ทดแทนด้วยการสร้างปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้าเสมือน (Computer simulations of Presence) ด้วยคอมพิวเตอร์ไม่ใช่ด้วยตัวองค์กร ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากแนวคิดนี้คือการที่คนปฏิบัติกับสื่อเสมือนกับว่าตัวสื่อ(คอมพิวเตอร์) เป็นคนที่มีชีวิตหรือเป็นองค์กร

ในส่วนของแบบจำลอง (Model) ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าสถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งยังขาดการวิเคราะห์ตนเองอย่างลุ่มลึกและจริงจังในเรื่อง DNA ของแต่ละแห่งว่าคืออะไร? และด้วยแนวคิดเรื่อง Marketing 3.0 ของฟิลลิป คอตเลอร์ ที่มองว่าองค์กรในปัจจุบันต้องมีจิตวิญญาณรับผิดชอบต่อส่วนรวมและสังคมลึกลงไปถึงลึกในรากเหง้า หรือ DNA ขององค์กร (Corporate Mission/ Vision /Value) ในลักษณะที่จริงจังและยั่งยืน จะไม่แค่มุ่งเน้น การวางตำแหน่งในความรู้สึนึกคิด (Mind) ผู้บริโภค หรือการผูกใจ (Heart) ผู้บริโภค แต่ต้องเข้าไปถึงจิตวิญญาณ (Spiritual Value & Creative Value) จนเกิดเป็นลัทธิ หรือสถาบัน และไม่ได้อยู่แค่การบริหารจัดการเนื้อหา (Content) แต่ต้องมีบริบท(Context)ที่ดีด้วย การเน้นสร้างประสบการณ์จากผัสสะทั้ง 5 ด้าน(Functional Value & Emotional Value)ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เพื่อสร้างอารมณ์กลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญ และต้องไม่ลืมเรื่องคุณงามความดี(Brand Integrity) การสร้างความน่าเชื่อถือ การมีรางวัล หรือมีมาตรฐานการรับรอง การยืนยัน นอกจากภาระหน้าที่พื้นฐานยังต้องมีการทำเพื่อสังคม ประเทศชาติ สิ่งแวดล้อม หรือส่วนรวม

เครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder network) ตามแนวทาง Marketing 3.0 ไม่ใช่เฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับมหาวิทยาลัย แต่รวมถึงมหาวิทยาลัยอื่น ที่เคยถูกมองว่าเป็นคู่แข่งก็ควรจัดเป็นเครือข่ายที่สำคัญที่จะผลักดันมหาวิทยาลัยของประเทศไทยร่วมกัน มหาวิทยาลัยที่ศึกษาทั้ง 7 แห่งมีอายุการก่อตั้งที่ยาวนาน มีประวัติศาสตร์ของการก่อตั้งที่เชื่อมโยงต่อการเจริญเติบโตและเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศของการก่อตั้งของมหาวิทยาลัยในภูมิภาคยังเกี่ยวข้องการพัฒนาบับท้องถิ่น ในส่วนของความพยายามในการสร้างเอกลักษณ์ของสถาบัน (Identity Creation) ที่เกิดขึ้นควรมีทั้งความเป็นท้องถิ่นและขณะเดียวกันก็พร้อมรับการเข้าสู่กระแสสังคมโลก เพราะบางครั้งความเป็นท้องถิ่น (Localize) ก็เป็นจุดแตกต่างที่คนอื่นเลียนแบบไม่ได้ กระบวนการกำหนดตำแหน่งที่ชัดเจนของมหาวิทยาลัยแต่ละแห่งจึงมีความสำคัญต่อการรับรู้ การเข้าใจและตีความของผู้ที่เข้ามาดูเว็บไซต์ เพราะเว็บไซต์ไม่ได้เป็นแค่ช่องทางสื่อสารแต่เป็นตัวข่าวสารที่ทำหน้าที่แทนองค์กรด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับการวางตำแหน่งบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ
2. หากสามารถที่จะเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้บริหารมหาวิทยาลัย และผู้เกี่ยวข้องกับการดูแลเว็บไซต์ได้น่าจะทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกหน่วยงาน และบุคคลที่มีส่วนให้การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยนเรศวร ขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.น้ำทิพย์ วิภาวิน ที่ให้คำแนะนำในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง รวมถึง ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อกระบวนการคิดของผู้วิจัย รวมถึงทุกคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในทางวิชาการที่ได้รับในอดีตและในอนาคต

รายการอ้างอิง

หนังสือ/ตำรา

- ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรรณสถิตย์. (2551). **Digital Marketing เปิดโลกนิวมี่เดียและการตลาดดิจิทัล**. เนชั่นบุ๊ค. กรุงเทพมหานคร
- ณัฐพงศ์ พันธเกียรติไพศาล และดาว ไวรักษ์สัตว์. (2554) **Web Marketink กลยุทธ์ทำการตลาดให้กับเว็บไซต์**. บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน), กรุงเทพมหานคร
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2553) **.IMC Tools เครื่องมือไอเอ็มซี**. บริษัท ทุโพธิ์ พรินต์ จำกัด, กรุงเทพมหานคร
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547) **Brand Management.Co-publishing** : นิตยสาร BrandAge, กรุงเทพมหานคร
- วัฒนา มานะวิบูลย์. (2549) **Brand Royalty 100 สุดยอดแบรนด์โลก**, เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, กรุงเทพมหานคร

- AI Ries and Laura Rise.(2002) **The 22 Immutable Laws of Branding** :HarperCollins Publishers Inc.,New York.Association of Southeast Asian Nations (2003) Master Plan on ASEAN Connectivity
- David A. Aaker.(2002) **Building Strong Brand** : Simon & Schuster UK Ltd.
- David A. Aaker and Erich Joachimsthaler.(2000) **Brand Leadership** : The Free Press Business,New york.
- Mark Poster. (1995) **The Second Media Age** (Cambridge:Polity)
- McLuhan, Marshall. (1964) **Understanding Media: The Extensions of Man**, Toronto, McGraw Hill.
- Paue Temporal (2010) **Advance Brand Management** (Second Edition :John Wiley & Sons [Asia] Pte.Ltd.)
- Philip Kotler,Hermawan Kartajawa,Iwan Setiawan.(2011) **Marketing 3.0- From Product to Customers to the Human Spirit**. John Wiley & Sons [Asia] Pte.Ltd. Vol. 75, No. 4, pp. 132-135.
- Pierre L'evy,(1997) **Cyberculture** (Paris: Editions Odile Jacob)
- Stephen W. Littlejohn,Kalen A. Foss (2008) **Theory of Human Communication** (Nine Edition:Wadsworth Cengage Learning)

งานวิจัยและวิทยานิพนธ์

- David L. Bunzel (2007) **Beyond Product's Brand Management : University sell their brand** ,Journal of product & Brand Management16/2 (152-153), Emerald Group Publishing Limited
- Dana L.Alden, Jan-Benedict E.M. & Regeev Batra (1999) **Brand Positioning Through Advertising in Asia, North America, and Europe: The role of Global Consumer Cultural**,Journal of Marketing Vol.63 (January 1999)75-87.
- Mita Sujun and James R.Bettman (2010) **The Effect of Brand Positioning Strategies on Consumer's Brand and Category Perceptions: Some Insight From Schema Research**, Journal of Marketing Research, Vol XXVI (November 1989) P.454-67
- Manhas, Parikshat S.(2010)**Strategic Brand Positioning Analysis Through Comparison of Cognitive and Conative Perceptions**.Journal of Economic.Issue 29, Vol.15 P.15-33
- Philip Kotler (2011). Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. Journal of Marketing: Vol. 75, No. 4, pp. 132-135.

เอกสารอื่นๆ

- สิริเรศ ศิริกานต์ (2554) **Globalisation: Global Media Industry**, เอกสารประกอบการสอนวิชาการสื่อสารระหว่างประเทศ หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร
- สมชาติ วิศิษฐ์ชาญ (2554) **Brand & Brand Management** เอกสารประกอบการสอนวิชาการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร

เว็บไซต์

เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: January 4, 2012, from <http://www.ku.ac.th/>

เว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: January 6, 2012, from <http://www.chula.ac.th/index.htm>

เว็บไซต์มหาวิทยาลัยมหิดล : January 8, 2012, from <http://www.mahidol.ac.th/muthai/>

เว็บไซต์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์: January 10, 2012, from <http://www.psu.ac.th/>

เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น: January 12, 2012, from <http://www.kku.ac.th/>

เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: January 14, 2012, from <http://www.cmu.ac.th/index.php>

เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ January 16, 2012, from <http://www.tu.ac.th/default.tu/default.thai.html>

เว็บไซต์จัดอันดับมหาวิทยาลัยทั่วโลก December,11- January 12, 2012, from <http://www.webometrics.info>

รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562

THE PRIVATE SCHOOL ADMINISTRATION MODEL

FOR THE YEARS 2553-2562

นางอวยพร หว่างตระกูล

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการและกิจการนักเรียน โรงเรียนดาราวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

E-mail : U_Wangtrakul@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในปัจจุบัน ศึกษาแนวคิดและทิศทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในอนาคต และเพื่อกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562 กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ คือ ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา กลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน ผู้บริหารสถานศึกษา และครูสถานศึกษาเอกชน เก็บข้อมูลโดยการศึกษเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตและสอบถาม การอภิปรายกลุ่มเฉพาะ การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT และการประชาพิจารณา ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการบรรยายเชิงพรรณนา ซึ่งผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้ สถานศึกษาเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคคล และการบริหารจัดการทั่วไปในระดับมาก ปัญหาที่พบก็คือ การมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง องค์กรภายนอก ชุมชน และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามีน้อย อีกทั้งงบประมาณที่ได้รับจากรัฐไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการ การจัดอัตรากำลังของรัฐมีผลกระทบต่อการบริหารจัดการทำให้การจัดการเรียนการสอนไม่ต่อเนื่อง ในส่วนการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาเอกชนมีหลายรูปแบบแต่การจัดระบบสารสนเทศไม่ทันสมัย การสร้างเครือข่ายไม่ทั่วถึงและไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายเท่าที่ควร ด้านแนวคิดและทิศทางการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในอนาคต งานวิจัยนี้พบว่าสถานศึกษาเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบนต้องพัฒนาคุณภาพผู้สาคล บริหารจัดการโดยให้ความสำคัญกับภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาในกลุ่มอาเซียน นอกจากการจัดการศึกษาตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการแล้วสถานศึกษาเอกชนควรบูรณาการส่งเสริมอาชีพในชุมชนเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนให้มีบทบาทในการจัดการศึกษามากขึ้น สถานศึกษาเอกชนต้องพัฒนาผู้เรียนให้มีความโดดเด่นด้านคุณธรรม มีความเป็นเลิศทางวิชาการ และสามารถเข้าสู่เวทีการแข่งขันอย่างมีคุณภาพได้ มีการสร้างเครือข่าย เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งรัฐต้องให้การดูแลด้านการจัดสวัสดิการเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับครูเอกชนเท่าเทียมกับครูของ

ภาครัฐ มีการบริหารจัดการ โดยผู้บริหารมืออาชีพ และบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาลและรูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562 คือ VERTICAL NETWORK Model

คำสำคัญ : รูปแบบการบริหารจัดการปีพ.ศ.2553-2562 สถานศึกษาเอกชน

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the state and problems of private school administration, the concept and direction of private school administration in the future and to assign the model of private school administration for the years 2553-2562. The samples included the Educational Secretary of State, the Secretary of Office the Private Education Commission, the Directors of Educational Service Area Offices, the Promotion of Private Education, school principals and teachers. The instruments were documentary studies, in-depth interview, question and survey, focus group discussion, SWOT analysis and public hearing forms. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation and descriptive analysis. The findings were as follows: most of the private schools in the upper of northern district area managed to have an academic department, financial department, personnel department and general department at the high level. The problems were less participation of parents, outside organizations, communities and the official of Educational Service Area Offices. The state budget was inadequate for school management. The personnel management of the state affected the private personnel management causing discontinuous in teaching. Public schools and information systems were out-of-date. The network is not extensive and did not get full cooperation from all involved parties. The concept and direction of private school administration in the future, this research found that private schools have to develop the quality of school curriculum towards international standard and focus on English, Chinese and ASEAN languages. According to the state curriculum, private schools have to integrate community profession that the communities will be more involved in education. Private schools will be outstanding in developing students of excellence in moral, academic and into the arena of competitive quality. They have to create various networks both at home and abroad. The state has to care of benefits to boost private school teachers' morale equally as those in the public schools. Professional administrators have to manage with the principles of good governance. The model of private school administration for the years 2553-2562 is a VERTICAL NETWORK Model.

KEYWORDS : Model of Administration, the year 2553-2562, Private School

บทนำ

กระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมยุคโลกาภิวัตน์ที่ทุกประเทศมีแนวโน้มที่จะมีการเปิดเสรีในด้านต่างๆ ทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจไร้พรมแดน และมีการแข่งขันในเวทีโลกรุนแรงมากขึ้น รวมทั้ง

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทำให้โลกอยู่ในยุคข้อมูลข่าวสาร การศึกษายุคใหม่จึงต้องพัฒนาคนให้เป็นบุคคลที่แสวงหาแนวทางการเรียนรู้และค้นหาความรู้ด้วยตนเอง มีความสามารถในการใช้ข้อมูลข่าวสารและสามารถนำมาพัฒนาเป็นกระบวนการเรียนรู้ของตนเองได้ การศึกษาต้องเตรียมคนให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ดังกล่าว การกำหนดเป้าหมายหลักในการสร้างบุคคลแห่งการเรียนรู้เพื่อก่อให้เกิดองค์กรและสังคมแห่งการเรียนรู้ที่จะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนา และยกระดับการศึกษาของประเทศให้สามารถเข้าสู่การแข่งขันกับนานาชาติได้

ในการจัดการศึกษาที่ผ่านมา รัฐมีเจตนารมณ์สนับสนุนให้เอกชนมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา แต่การจัดการศึกษาเอกชนไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐมากเท่าที่ควร จึงมีความจำเป็นต้องบริหารจัดการแบบพึ่งตนเอง เพื่อให้มีคุณภาพเทียบเท่าหรือดีกว่าการจัดการศึกษาของรัฐ เนื่องจากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 มาตรา 8(2)(กระทรวงศึกษาธิการ:2545) กำหนดให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา มาตรา 9(6) การมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กร ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน กำหนดให้สถานศึกษาร่วมกับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการและสถาบันสังคมอื่นในการจัดการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งได้ดำเนินการจัดการศึกษาให้กับเยาวชนในท้องถิ่นแบบให้เปล่า จัดอาหารกลางวัน อาหารเสริม (นม) เครื่องแบบนักเรียน อุปกรณ์การเรียนตลอดจนรถรับ-ส่งนักเรียน และมีผลกระทบต่อสถานศึกษาเอกชนในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่ลดลง เป็นเหตุให้สถานศึกษาเอกชนบางแห่งต้องปิดกิจการ (ชาญณรงค์ ลัทธิฉินวิน:2553) ดังนั้นเพื่อให้สถานศึกษาเอกชนยังคงอยู่ได้และช่วยแบ่งเบาภาระในการจัดการศึกษาของรัฐต่อไปด้วยเพราะว่าสถานศึกษาเอกชนมีความพร้อมทางด้านการบริหารจัดการ อาทิ บุคลากร สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกการจัดการศึกษา

การปฏิรูปการศึกษาที่ผ่านมาไม่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา หรือคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนเท่าที่ควร ทำให้คุณภาพของเยาวชนไทยไม่สามารถแข่งขันได้ การปฏิรูปการเรียนรู้จะเป็นไปได้อย่างสมบูรณ์และได้ผลยั่งยืน จำเป็นต้องปฏิรูปทรัพยากร การลงทุนทางการศึกษา ปฏิรูปโครงสร้างและการบริหารจัดการศึกษา เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษากลายเป็นคนไทยที่มีคุณภาพ และคุณธรรมเข้มแข็ง สามารถแข่งขันในเวทีโลกได้ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (2552:25) ได้สรุปผลของการปฏิรูปการศึกษา พ.ศ.2542-2551 เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของเอกชนยังไม่มีกระจายตัวเท่าที่ควรในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีสัดส่วนนักเรียนเอกชนเพียงร้อยละ 17.40 และ 17.80 ในปี 2549 และปี 2550 ซึ่งต่างจากที่ประมาณการไว้คือร้อยละ 20 และ 22 นอกจากนี้สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ(2552 :26) ได้สรุปปัญหาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของเอกชนไว้ 2ประเด็น ได้แก่ 1)นโยบายขยายโอกาสทางการศึกษาของรัฐมีผลกระทบต่อการรับนักเรียนของสถานศึกษาเอกชน และ2) พระราชบัญญัติเอกชน พ.ศ. 2551มีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของลูกจ้างในโรงเรียนเอกชนในการประกันสังคมและส่งผลกระทบต่อสิทธิหรือสิทธิครอบครองที่ดินซึ่งผู้รับใบอนุญาตบางโรงเรียนไม่พร้อมดำเนินการในระยะเวลาที่กำหนด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในปัจจุบัน แนวคิดและทิศทางการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในอนาคตและสร้างรูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงเวลา

10 ปีข้างหน้า เพื่อให้การบริหารจัดการของสถานศึกษาเอกชนมีมาตรฐานในระดับสากล และเพื่อผลิตเยาวชนไทยให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในปัจจุบัน ศึกษาแนวคิดและทิศทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในอนาคต และเพื่อกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการศึกษาของโรงเรียนเอกชนในปัจจุบันครอบคลุมงาน 4 ด้าน คือด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคคล และด้านการบริหารทั่วไป แนวทางการส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิตในโรงเรียนเอกชนโดยสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนซึ่งประกอบด้วยการส่งเสริมเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพการจัดการศึกษาเอกชนสู่ความเป็นเลิศในทุกด้าน การมีอิสระในการบริหารงาน และการจัดการโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม การพัฒนาคุณภาพผู้เรียนและพัฒนาครู โรงเรียนเอกชน ตลอดจนสภาพสังคมที่มีผลกระทบต่อจัดการศึกษาเอกชน แนวคิดทฤษฎีพื้นฐานและหลักการบริหารการศึกษา ระเบียบวิธีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอนาคต การศึกษาแนวโน้มและทางเลือกต่างๆที่เป็นไปได้ในอนาคต รวมทั้งศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำไปสู่การสร้างรูปแบบการบริหารสถานศึกษาเอกชนในช่วง 10 ปีข้างหน้า อาทิ ประยูร ศรีประสาธน์(2529) เรื่อง ผลกระทบของการจัดการศึกษาเอกชนที่มีต่อสังคมไทย ขนิษฐา ศรีหิรัญกุล (2545) เรื่อง ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการจัดการศึกษาเอกชนในทศวรรษหน้า วิศิษฐ์ ศรีวิชัยรัตน์,บุญเรือน หมั่นทรัพย์ และปรีชา เมธาวัตรภาคย์(2544) เรื่อง บทบาทการจัดการศึกษาเอกชนในเครือคาทอลิก ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา จำนวน 7 คน ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน จำนวน 7 คน ผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนจำนวน 9 คน และครู 45 คน ในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน และจังหวัดลำปาง รวมทั้งสิ้น 70 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพและปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในปัจจุบัน แนวคิดและทิศทางในการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในอนาคต ได้แก่ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าและแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) มีค่า IOC เฉลี่ยทั้งฉบับ 0.9 แบบบันทึกการอภิปรายกลุ่มเฉพาะ แบบบันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบบันทึกการศึกษาเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต แบบบันทึกการทำ SWOT Analysis และแบบสอบถามประกอบการประชุมพิจารณา สำหรับแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพและ

ปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในปัจจุบัน แนวคิดและทิศทางในการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในอนาคตนำไปทดลองใช้กับผู้บริหารและครูในสถานศึกษาเอกชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ชุด วิเคราะห์ความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าความเชื่อมั่น 0.896

3. การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง และวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนี้

3.1 การศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) เกี่ยวกับสภาพและปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในปัจจุบัน ทั้งในและต่างประเทศ และแนวคิด ทิศทางการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในอนาคต จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากสำนักวิทยบริการ ห้องสมุด Internet และwebsites ต่างๆ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การบรรยายเชิงพรรณนา

3.2 การตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) จากผู้บริหารและครูสถานศึกษาเอกชน จำนวน 9 โรง โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 54 ชุด ได้รับกลับคืนมาจำนวน 54 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการบรรยายเชิงพรรณนา

3.3 การสังเกต (Observation) และการอภิปรายกลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และครูสถานศึกษาเอกชนผู้ปฏิบัติหน้าที่ครอบคลุมงานวิชาการ งานงบประมาณ งานบุคคล และงานบริหารทั่วไป จำนวน 9 โรง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การบรรยายเชิงพรรณนา

3.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการสัมภาษณ์ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การบรรยายเชิงพรรณนา

3.5 การทำ SWOT Analysis เพื่อให้ได้รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562 ผู้เข้าร่วมการประชุมการทำ SWOT Analysis จำนวน 12 คน ประกอบด้วยผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน ผู้บริหาร และครูสถานศึกษาเอกชน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การบรรยายเชิงพรรณนา

3.6 การประชาพิจารณ์ (Public Hearing) รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562 ผู้เข้าร่วมประชาพิจารณ์ จำนวน 12 คน ประกอบด้วยผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน ผู้บริหาร และครูสถานศึกษาเอกชน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการบรรยายเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปี พ.ศ. 2553-2562 มีผลการวิจัยดังนี้

1. สถานศึกษาเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคคล และการบริหารจัดการทั่วไปในระดับมาก แต่ครูโรงเรียนเอกชนมีภาระงานนอกเหนือจากงานสอนด้วย จึงทำให้การส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา และชุมชน ไม่มากเท่าที่ควร ปัญหาที่พบก็คือ การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจากทุกฝ่าย อาทิ ผู้ปกครอง องค์กรภายนอก ชุมชน ตลอดจนศึกษานิเทศก์จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามีน้อย ประกอบกับงบประมาณที่

ได้รับจากรัฐน้อยไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการ ดังนั้นการเบิกจ่ายงบประมาณจึงต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ จึงทำให้การบริหารจัดการงบประมาณล่าช้า ไม่คล่องตัว การจัดอัตรากำลังของรัฐมีผลกระทบต่อการจัดการศึกษา สำหรับการประชาสัมพันธ์ สถานศึกษาเอกชนมีการประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบแต่การจัดระบบสารสนเทศยังไม่ทันสมัย ไม่ได้มาตรฐาน การสร้างเครือข่ายไม่ทั่วถึงและไม่ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายเท่าที่ควร

2. แนวคิดและทิศทางการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในอนาคต คือ พัฒนาคุณภาพผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศ สามารถอยู่ในเวทีการแข่งขันและอยู่ในโลกที่เปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นสากล ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และนานาชาติได้ นอกจากการจัดการศึกษาตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 แล้ว ควรมีการส่งเสริมทักษะอาชีพพื้นฐาน และการเข้าถึงชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีบทบาทในการร่วมกันจัดการศึกษามากขึ้น สถานศึกษาเอกชนต้องพัฒนาผู้เรียนให้มีความโดดเด่นด้านคุณธรรม มีการสร้างเครือข่าย เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้หลากหลายทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งรัฐต้องให้การดูแลจัดสวัสดิการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับครูในสถานศึกษาเอกชนเท่าเทียมกับครูของภาครัฐ

3. รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปี พ.ศ.2552-2563 คือ VERTICAL NETWORK Model ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติได้ ดังนี้

V: Vocational สถานศึกษาเอกชนส่งเสริมการเรียนรู้สู่อาชีพ โดยการเพิ่มเติมหลักสูตรวิชาชีพ ฝึกทักษะการปฏิบัติเตรียมนักเรียนเพื่อการเรียนวิชาชีพในชั้นสูงต่อไป

E: Ethics/ Efficiency/ Effectiveness สถานศึกษาเอกชนต้องบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในทุกด้าน โดยผู้บริหารมีอาชีพ บริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล และเป็นไปตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (แก้ไขครั้งที่ 2) พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550

R: Readiness สถานศึกษาเอกชนต้องมียุทธศาสตร์ความพร้อมในการปรับองค์กรในทุกด้าน ด้านวิชาการ บุคคล งบประมาณ การบริหารจัดการทั่วไป ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงปัจจุบันหรือในอนาคต

T: Thai สถานศึกษาเอกชนต้องจัดการศึกษาที่เน้นความเป็นไทย สอดคล้องกับชุมชน ท้องถิ่นพัฒนาผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักสูตร

I: International สถานศึกษาเอกชนต้องบริหารจัดการเท่าเทียมมาตรฐานสากลหรือระดับนานาชาติ

C: Community/Collaboration สถานศึกษาเอกชนต้องสร้างความร่วมมือร่วมใจกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งองค์กรภายในประเทศและต่างประเทศ

A: Academic สถานศึกษาเอกชนต้องจัดการศึกษาส่งเสริมนักเรียนสู่ความเป็นเลิศ มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะ พัฒนาคณาจารย์ให้มีความรู้ ความสามารถ มีขวัญ กำลังใจในการปฏิบัติงาน

L: Local สถานศึกษาเอกชนต้องส่งเสริม และให้ความร่วมมือกับองค์กรในท้องถิ่น ให้บริการแหล่งเรียนรู้ และให้บริการแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ตลอดจนร่วมกันระดมทรัพยากร ทุนทรัพย์เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อนักเรียน

N: Networking สถานศึกษาเอกชนต้องสร้างเครือข่ายหลากหลาย มีการเชื่อมโยง สัมพันธ์ แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และระหว่างสถานศึกษาเอกชนด้วยกัน

E: Environment สถานศึกษาเอกชนต้องบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ส่งเสริมให้นักเรียน ครู และบุคลากร เห็นความสำคัญการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อย่างเป็นกัลยาณมิตร มีคุณธรรม มีจิตสาธารณะ

T: Technology สถานศึกษาเอกชนต้องมีสื่อ อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพสูงในการใช้งาน แลใช้ในการบริหารจัดการด้านวิชาการ งบประมาณ บุคคล และการบริหารจัดการทั่วไป

W: Welfare สถานศึกษาเอกชนต้องจัดสวัสดิการเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน เพื่อการทำงานที่ยั่งยืน

O: Own สถานศึกษาเอกชนเป็นสถานศึกษาที่มีระบบการบริหารจัดการที่เป็นแบบอย่าง (Best Practices) ให้กับสถานศึกษาอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือเอกชนที่สามารถนำไปปฏิบัติได้

R: Rapid สถานศึกษาเอกชนต้องบริหารจัดการด้วยความรวดเร็ว คล่องตัว อำนวยความสะดวกให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกส่วน

K: Knowledge สถานศึกษาเอกชนต้องเป็นแหล่งเรียนรู้ที่พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถสูงกว่าสถานศึกษาของรัฐ สามารถแข่งขันในระดับประเทศและระดับนานาชาติ มีความเป็นเลิศทางด้านวิชาการ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยรูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนสรุปได้ดังนี้

1. สถานศึกษาเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการงานทั้ง 4 ด้านในระดับมาก คือด้านวิชาการสถานศึกษาเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่มีการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา ซึ่งจัดทำตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ที่เหมาะสมกับผู้เรียนและบริบทของโรงเรียน สนองต่อความต้องการของผู้เรียน ชุมชน และท้องถิ่น ครูผู้สอนมีการทำวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนและกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครู จัดให้มีการนิเทศการเรียนการสอน การแนะแนวการศึกษาต่อและแนะแนวอาชีพให้กับนักเรียน อีกทั้งโรงเรียนได้มีการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา และแผนปฏิบัติงานประจำปี มีการจัดทำวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา พัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา ซึ่งหมายถึงสถานศึกษาเอกชนให้ความสำคัญกับงานวิชาการถือว่าเป็นภารกิจหลักของการบริหารจัดการสอดคล้องกับ สมิธและคณะ (Smith and Others, 1975) ที่ได้สรุปไว้ว่า การแบ่งสัดส่วนในการบริหารงานต่างๆ ได้ให้ความสำคัญและใช้เวลาในการบริหารงานวิชาการมากกว่างานอื่นๆ ถึงร้อยละ 40 ด้านงบประมาณสถานศึกษาเอกชนมีการบริหารจัดการงบประมาณในระดับมากในด้านการเสนอของบประมาณ และการจัดสรรงบประมาณ ตลอดจนการควบคุม ติดตามและรายงานผลการใช้งบประมาณให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด เพราะสถานศึกษาเอกชนเป็นนิติบุคคล มีความอิสระ คล่องตัว ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (แก้ไขครั้งที่ 2) พ.ศ. 2545 กำหนดให้สถานศึกษาเอกชนที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นนิติบุคคล บริหารจัดการศึกษาให้มีความเป็นอิสระ โดยมีการกำกับ ติดตาม การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาจากรัฐ และต้อง

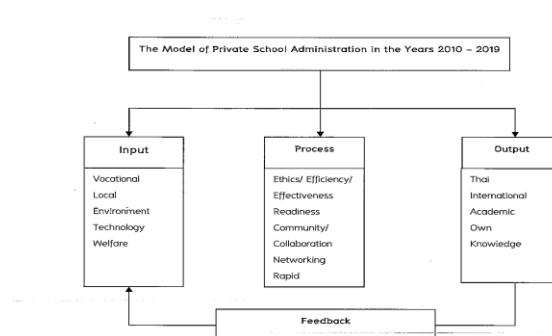
ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ ด้านบุคคล สถานศึกษาเอกชนดำเนินการบริหารจัดการด้านบุคคลในระดับมากในด้านการวางแผนอัตรากำลัง การสรรหา และการบรรจุแต่งตั้งบุคลากร รวมไปถึงการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน เสริมสร้างวินัย และส่งเสริมสนับสนุน พัฒนาบุคลากรในทุกๆทาง มีการประเมินบุคลากรพิจารณาความดีความชอบเพื่อปรับขึ้นเงินเดือน ด้านการบริหารทั่วไป สถานศึกษาเอกชนมีการกำหนดโครงสร้างการบริหาร บริหารจัดการงานธุรการ งานสารสนเทศ งานอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และงานประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ สำนักงานปฏิรูปการศึกษา (2545:35-48) ที่ว่าให้สถานศึกษาเอกชนมีอิสระในการบริหารจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพ และสามารถพัฒนาลักษณะเฉพาะของตนเอง ให้มีรูปแบบการจัดการศึกษาที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน โดยรัฐมีอำนาจ หน้าที่เพียง กำกับ ติดตาม ให้คำแนะนำในการบริหารจัดการศึกษาให้เป็นที่ยอมรับ สำหรับปัญหาที่พบ ก็คือ การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจากทุกฝ่าย อาทิ ผู้ปกครอง องค์กรภายนอก ชุมชน ตลอดจนศึกษานิเทศก์จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามีน้อย งบประมาณที่ได้รับจากรัฐน้อยไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการ สอดคล้องกับ สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา(2548) ที่ว่าปัญหาการให้เงินอุดหนุนแก่โรงเรียนเอกชน เหลือไม่เท่าเทียมกับโรงเรียนของรัฐ ทั้งที่โรงเรียนเอกชนต้องลงทุนเองทุกอย่าง ตั้งแต่ที่ดิน อาคารเรียน สถานที่ประกอบ อุปกรณ์การเรียนการสอน เงินเดือนครู การพัฒนาวิชาการได้รับเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัว นักเรียนน้อยกว่าที่รัฐให้กับโรงเรียนรัฐบาล อีกทั้งการเบิกจ่ายเงินอุดหนุนล่าช้า ไม่เป็นไปตามกำหนดเวลาส่งผลกระทบต่อการทำงานของโรงเรียนเอกชน ดังนั้นการเบิกจ่ายงบประมาณจึงต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ หลายขั้นตอนทำให้การบริหารจัดการงบประมาณล่าช้า ไม่คล่องตัว ด้านการบริหารงานบุคคล ครูที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานศึกษาเอกชนมีภาระงานรับผิดชอบมากนอกเหนือจากงานสอน ในการจัดอัตราค่าจ้างของรัฐ มีผลกระทบต่อการบริหารจัดการโรงเรียนเอกชนที่บางครั้งขาดแคลนครูในช่วงเวลาหนึ่งทำให้การเรียนรู้อของผู้เรียนไม่ต่อเนื่อง สำหรับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไม่กว้างขวางเท่าที่ควร โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบแต่การจัดระบบสารสนเทศยังไม่ทันสมัย ไม่ได้มาตรฐาน การสร้างเครือข่ายไม่ทั่วถึงและไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายเท่าที่ควร การประสานงานกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาก็มีความล่าช้า

2. แนวคิดและทิศทางการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในอนาคต สถานศึกษาเอกชนจัดการศึกษาตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 มีการพัฒนาหลักสูตรให้เหมาะสมกับผู้เรียน บริบทของโรงเรียน สนองต่อความต้องการของผู้เรียน ชุมชน ท้องถิ่น บริหารจัดการตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (แก้ไขครั้งที่ 2)พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมเสริมสร้างทักษะชีวิต ส่งเสริมอาชีพ เข้าถึงชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีบทบาทในการร่วมกันจัดการศึกษาของโรงเรียนมากขึ้น สถานศึกษาเอกชนต้องพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาสู่สากล ให้มีความสำคัญกับภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาในกลุ่มอาเซียน เพื่อเตรียมผู้เรียนก้าวสู่สังคมประชาคมอาเซียน สังคมแห่งการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นภายในประเทศ หรือระดับนานาชาติ นอกจากนี้สถานศึกษาเอกชนควรพัฒนาผู้เรียนให้มีความโดดเด่นด้านคุณธรรม และจริยธรรม พัฒนานักเรียนสู่ความเป็นเลิศ สู่สากลและเข้าสู่เวทีการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ ใช้เทคโนโลยีทันสมัย สอดคล้องกับนโยบายของรัฐมนตรีกระทรวงศึกษาธิการนายชินวรณ์ บุญยเกียรติ ที่ได้มอบในการประชุมผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนทุกระดับการศึกษาทั่วประเทศเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2553 ที่ว่า สิ่งที่ต้องการเห็นสถานศึกษาเอกชนในอนาคต 3 ส่วน คือ 1) ต้องการให้เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เพราะ

เราปฏิเสธไม่ได้ว่าโลกปัจจุบันต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการจัดการศึกษา 2) ต้องการให้เป็นผู้นำการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาการอาชีวศึกษาแบบใหม่ เพราะช่วง 10 ปีที่ผ่านมา คำนิยมบางส่วน รวมทั้งการทุ่มเทงบประมาณของรัฐให้วิทยาลัยอาชีวศึกษาของรัฐมากขึ้น จึงทำให้อาชีวศึกษาเอกชนไม่ได้เป็นองค์กรนำเหมือนช่วง 10-20 ปีที่ผ่านมา 3) ต้องการให้มีส่วนช่วยในการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งเพื่อให้เข้าใจองค์ความรู้ใหม่ๆ ตลอดจนให้ประชาชนเห็นภาพและยอมรับผลที่เกิดจากการวิจัย นอกจากนี้สถานศึกษาเอกชนต้องมีการสร้างเครือข่าย เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้หลากหลายทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งรัฐต้องให้การดูแลจัดสวัสดิการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับครูโรงเรียนเอกชนเท่าเทียมกับครูของภาครัฐ มีการบริหารจัดการโดยผู้บริหารมืออาชีพ และบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล

3. รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วงปีพ.ศ. 2553-2562 คือ VERTICAL NETWORK Model เป็นรูปแบบที่เน้นการบริหารงานวิชาการควบคู่ไปกับการบริหารงานทั่วไป ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียนในสถานศึกษาเอกชนต้องมีคุณภาพสูงกว่าผู้เรียนในสถานศึกษาของรัฐ มีความรู้ ความสามารถเข้าร่วมแข่งขันในระดับประเทศและระดับนานาชาติ และที่สำคัญผู้เรียนมีคุณธรรม มีความเป็นไทย รักท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิศิษฐ์ ศรีวิชรัตน์ และคณะ (2544) วิจัยเรื่องที่ว่า พื้นฐานของการศึกษาคาทอลิก มีลักษณะมุ่งเน้นการอบรมคน รวมทั้งการใส่ใจในการจัดบริบทของโรงเรียนหรือสถานศึกษา และประสานการเรียนรู้และพัฒนากุญแจเข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ นอกจากนี้ VERTICAL NETWORK Model ยังให้ความสำคัญกับการบริหารงานทั่วไปที่เป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนให้ก้าวไกลสู่สากลได้สอดคล้องกับขนิษฐา ศรีหิรัญกุล (2545) ที่ว่า ปัจจัย 5 ด้านที่มีความสัมพันธ์ และส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาเอกชน คือ บริบททางการศึกษา การบริหารจัดการ ทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการเรียนการสอน และคุณภาพผู้เรียน ซึ่งแต่ละปัจจัยมีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานสนับสนุนระดับนโยบาย และสถานศึกษาเอกชนผู้จัดการศึกษาโดยตรงและหรือโดยอ้อมที่จะสามารถดูแลจัดการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของสุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (<http://suthep.ricr.ac.th>) ที่กล่าวถึง 16 กระแสหลักของการศึกษาไทยในอนาคตอีกด้วย สำหรับรูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในช่วง 10 ปีข้างหน้า มีสอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารเชิงระบบ (Lunenborg&Ornstein,2000:16) ซึ่งเป็นรูปแบบที่แสดงถึงองค์ประกอบย่อย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) ปัจจัยนำเข้า 2) กระบวนการ 3) ผลผลิต และ 4) ข้อมูลป้อนกลับ รูปแบบในลักษณะนี้ ถือว่า ผลผลิตของระบบเกิดจากการที่มีปัจจัยนำเข้าส่งเข้าไปผ่านกระบวนการซึ่งจะจัดกระทำให้เกิดผลผลิต และให้ความสนใจกับข้อมูลป้อนกลับซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาระบบสู่ความเป็นเลิศ

Diagram of VERTICAL NETWORK MODEL



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ระดับกระทรวง

กระทรวงศึกษาธิการควรมีนโยบายส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ให้ความช่วยเหลือ จัดสรรงบประมาณให้เท่าเทียมกับสถานศึกษาของรัฐ เพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการด้วย VERTICAL NETWORK Model เพื่อสถานศึกษาเอกชนจะมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐานเทียบเท่าสถานศึกษาของรัฐและเทียบเท่าระดับสากล

1.2 ระดับหน่วยงานเทียบเท่ากรม

สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) ควรนำ VERTICAL NETWORK Model ไปกำหนดเป็นนโยบาย มาตรการ และวิธีดำเนินการการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชน ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ชัดเจน

1.3 ระดับเขตพื้นที่การศึกษา

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาควรให้ความสำคัญกับกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน กำกับให้มีการส่งเสริม สนับสนุนสถานศึกษาเอกชนบริหารจัดการ โดยใช้ VERTICAL NETWORK Model และให้มีการนิเทศติดตามผลการดำเนินงาน

1.4 ระดับสถานศึกษา

สถานศึกษาเอกชนควรบริหารจัดการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยใช้ VERTICAL NETWORK Model เพื่อพัฒนาคุณภาพเทียบเท่ากับสถานศึกษาของรัฐ และมุ่งสู่มาตรฐานระดับชาติและสากล

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาประสิทธิผลการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนโดยใช้ VERTICAL NETWORK Model

รายการอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ,พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545.

กรุงเทพฯ: บริษัท พรินทวาทกราฟฟิคจำกัด, 2545.

ขนิษฐา ศรีหิรัญกุล.2545. ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการจัดการศึกษาเอกชนในทศวรรษหน้า.สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ

ประยูร ศรีประสาธน์.2531. ผลกระทบของการจัดการศึกษาเอกชนที่มีต่อสังคมไทย. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

ชาญณรงค์ ถักชัยนาวัน.2553 บทสัมภาษณ์ ในประชาชาติธุรกิจ ลงวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 ปีที่ 33 ฉบับที่ 4185. วิศิษฐ์ ศรีวิชัยรัตน์,บุญเรือน หมั่นทรัพย์ และปรีชา เมธาวัชรภักย์. บทบาทการจัดการศึกษาเอกชนในเครือคาทอลิกตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: สภาการศึกษาคาทอลิก (ประเทศไทย), 2544.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, คู่มือการบริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา, 2532.

สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมการศึกษาเอกชน สำนักปลัดกระทรวงศึกษาธิการ,พระราชบัญญัติโรงเรียน
เอกชน พ.ศ. 2550. โรงพิมพ์ ศ.ก.ศ.ค. ลาดพร้าว เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.2548.รายงานวิจัย เรื่องกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการ
พัฒนาศักยภาพการจัดการศึกษาเอกชน, กรุงเทพฯ.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. 2552. ข้อเสนอการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ.2552-2561).
สำนักนโยบายและแผนการศึกษา, กรุงเทพฯ.

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์. 16 ของกระแสหลักของการศึกษาไทยในอนาคต. <http://suthep.ricr.ac.th>.

Lunenburg, F.C,& Orstein,A.C, **Educational Administration: Concept and practices**. Belmont: Wadsworth
Thompson Learning, 2000.

Smith, Edward W. and Others .(1975) **The Education's Encyclopedia**. New Jersey: Prentice Hall.

การสร้างรูปแบบการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา
THE FORMULATION OF THE EFFECTIVE LEGAL ENTITY PRIVATE
SCHOOL MODEL

นายภูเบศ พวงแก้ว

E-mail : phubetk@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวันทน ชัยฐานะ

ที่ปรึกษาหลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.ชูชีพ พุทธิประเสริฐ

รองศาสตราจารย์ ดร.วีรศักดิ์ ชมภูคำ

ที่ปรึกษาร่วม

สาขาผู้นำทางการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะครุศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและผลจากการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา และเพื่อกำหนดรูปแบบการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ คือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน รองเลขาธิการรักษาราชการแทนผู้ว่าราชการจังหวัด เจ้าพนักงานที่ดินจังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา กลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน ผู้อำนวยการกองคลัง ผู้รับใบอนุญาต/ผู้บริหารสถานศึกษา และครู เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตและสอบถาม การอภิปรายกลุ่มเฉพาะ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ 1) สภาพการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนในประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย ฮองกง และสิงคโปร์ มีความเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์และการควบคุม ของโรงเรียนทั่วไปมีระบบการบริหารจัดการศึกษาแบบกระจายอำนาจในการตัดสินใจ และมีความยืดหยุ่นในการใช้ทรัพยากร สามารถบริหารจัดการด้านบุคลากรได้ ตั้งแต่การเลือกสรรครู เลือกสรรนักเรียน และกำหนดหลักสูตร ส่วนในประเทศไทย มีความเป็นอิสระในการบริหารงาน แต่ยังไม่มีเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับหลายประการยังไม่เอื้อต่อโรงเรียนเอกชนซึ่งมีความแตกต่างในด้านขนาดและความพร้อม 2) โรงเรียนเอกชนในภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่ มีความเป็นอิสระและคล่องตัวในการบริหารจัดการด้านการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานบุคคลและด้านการบริหารทั่วไปในระดับมาก ส่วนการบริหารงบประมาณมีความเป็นอิสระแต่ไม่คล่องตัวเนื่องจากงบประมาณเป็นของเจ้าของโรงเรียนหรือมูลนิธิ ซึ่งการเบิกจ่ายต้องผ่านการพิจารณาให้ความเห็นชอบ

จากเจ้าของโรงเรียน และคณะกรรมการมูลนิธิ 3) รูปแบบการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา คือ “FINE PRIVATE Model”

คำสำคัญ : รูปแบบ สถานศึกษาเอกชน นิติบุคคล ประสิทธิผลทางการศึกษา

ABSTRACT

The objectives of this research were to investigate the state and effects of being an effective legal entity private school and to formulate the effective legal entity private school model. The key informants were the Minister of Education, the Permanent Secretary of Ministry of Education and the Director of Office of Private Education, and the samples were provincial governors, directors of Offices of Educational Service Area, representatives of the Private Educational Promotion Group, officers of Provincial Land Office, directors of treasury departments, school licensees/administrators and teachers. The data were collected by document review, in-depth interviews, observation and questionnaire and focus group discussion. Data was analyzed by using frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, content analysis and synthesis. The results of this research were. 1) Legal entity private schools in the United States, the United Kingdom, New Zealand, Hong Kong and Singapore are independent from controlling regulations. General schools have a system of decentralized educational management and there are flexibility in using resources. School administrators can manage their human resources, recruit teachers, select students and also design curricular. In Thailand, legal entity private schools are independent in terms of management; however, there are no opportunity opened for the participation of related persons. It is because many laws and regulations do not facilitate the private schools, which are still different in terms of sizes and readiness, 2) The effects of being an effective legal entity private school revealed that most private schools in the Upper North Region have high level of freedom and flexibility in administration. However, the budget management is exception. Despite the freedom in management, the budget spending is not flexible because all budgets belong to school owners. The use of budget must be always approved by the school owners, 3) The formulation of the Effective Legal Entity Private School Model is “FINE PRIVATE Model”

KEYWORDS : Model, Private School, Legal Entity, Educational Effectiveness

บทนำ

การศึกษาเอกชนเป็นกิจกรรมทางการศึกษาที่เอกชนหรือคณะบุคคลเป็นผู้จัด โดยเริ่มจากการจัดการศึกษาของคณินที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย ใช้ศาลเจ้าเป็นสถานที่เรียนมีผู้ดูแลศาลเจ้าที่เรียกว่า “เฮียกง” เป็นผู้สอน และใช้ภาษาจีนล้วน ๆ นอกจากนั้นยังมีโรงเรียนของบาทหลวงฝรั่งเศส ต่อมามิชชันนารีอเมริกันซึ่งเผยแพร่คริสต์ศาสนานิกายโปรเตสแตนต์ได้จัดตั้งโรงเรียนสำหรับนางสนมและนางกำนัลขึ้นภายใน

พระบรมมหาราชวัง มีขัณฑ์าริหึงผลัดเปลี่ยนกันเป็นครูสอนภาษาอังกฤษ และขนบธรรมเนียมตะวันตก ต่อมาได้ใช้ภาษาไทยเป็นสื่อในการสอน และเป็นที่มาของโรงเรียนเอกชนหรือโรงเรียนราษฎร์ในประเทศไทย(อวยชัย ศรีตระกูล, 2549 : 14-16)โรงเรียนเอกชนแห่งแรกของประเทศไทยเรียกว่า “โรงเรียนบุคลล” เมื่อมีการตราพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ ในปี พ.ศ. 2461 ได้เปลี่ยนเป็น “โรงเรียนราษฎร์” และต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น “โรงเรียนเอกชน” ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 เมื่อมีพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 ซึ่งกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตหรือเจ้าของโรงเรียนโอนทรัพย์สินของโรงเรียนไปอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของคณะกรรมการบริหารโรงเรียน และต้องจัดทำตราสารของโรงเรียน ทำให้ผู้รับใบอนุญาตหรือเจ้าของโรงเรียนซึ่งเคยบริหารจัดการด้วยตนเองและมีความมั่นคงในฐานะทางการเงินของโรงเรียน เกิดความไม่มั่นใจในการบริหารจัดการ ของคณะกรรมการบริหารโรงเรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2546 ข : 22)

จากสภาพการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 มีผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจของเจ้าของโรงเรียนเอกชน และผู้รับใบอนุญาต ซึ่งมีผลให้คุณภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนไม่ดีเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าสภาพการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษาเป็นอย่างไร ผลจากการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนทำให้เกิดประสิทธิผลทางการศึกษาเป็นอย่างไร และรูปแบบการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษาเป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย มาตรการ และแนวทางในการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนในฐานะนิติบุคคลโดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงเรียนเอกชนที่มีบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของ ซึ่งมีมากถึง 90 % ของโรงเรียนเอกชนทั้งหมดให้มีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ บริหารทรัพย์สินที่เป็นอสังหาริมทรัพย์ได้ตามสิทธิของบุคคลในทรัพย์สินซึ่งได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 48 การสืบมรดกย่อมได้รับความคุ้มครองตามสิทธิของบุคคล สามารถขายกิจการ โดยการกู้เงินจากแหล่งเงินทุน หรือนำทรัพย์สินที่เป็นอสังหาริมทรัพย์ไปจำนองเพื่อเพิ่มทุน ของโรงเรียนเอกชน ไม่มีปัญหาหมกมุ่นในกรณีที่ถูกหมายถูกยกเลิก และมีความมั่นคงในการดำเนินกิจการเพราะทรัพย์สินส่วนตัวไม่ถูกถ่ายโอนไปเป็นของโรงเรียนและถูกบริหารจัดการโดยคณะบุคคลที่ไม่ได้เป็นเจ้าของทรัพย์สิน ทั้งนี้เพื่อให้การบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาเอกชนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ การปฏิรูปการศึกษารอบสอง เน้นให้คนไทยได้เรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพใน 3 เรื่องหลัก คือ เน้นการสร้างคุณภาพ เน้นให้คนไทยมีโอกาสทางการศึกษา และให้ทุกภาคส่วนร่วมในการปฏิรูปการศึกษา โรงเรียนนิติบุคคล แนวคิดประสิทธิผลการจัดการศึกษา การบริหารจัดการโดยใช้หลักธรรมาภิบาล แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ การวิจัยผสมผสาน พร้อมทั้งศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านการมีส่วนร่วมของกรรมการสถานศึกษาประจำโรงเรียน การบริหารจัดการศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน รูปแบบการบริหารโรงเรียนนิติบุคคล ผลกระทบของการปรับสภาพโรงเรียนเอกชนเป็นนิติบุคคลทางการศึกษา การบริหารสถานศึกษาในฐานะที่เป็นนิติบุคคลในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน แนวทางการบริหารโรงเรียนนิติบุคคล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษาในประเทศไทยและต่างประเทศ
2. เพื่อวิเคราะห์ผลจากการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา
3. เพื่อกำหนดรูปแบบการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา

ขั้นตอนในการทำวิจัย

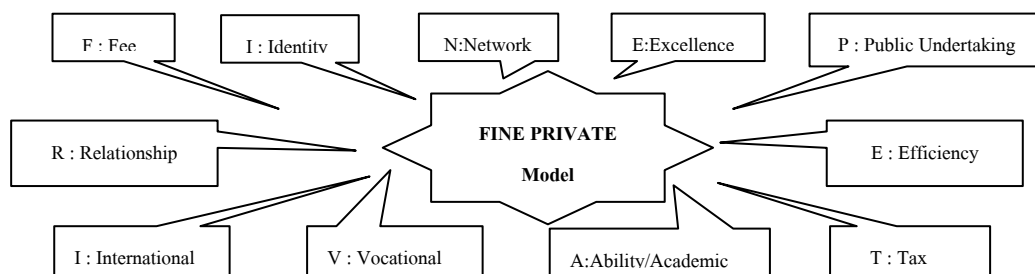
วัตถุประสงค์การวิจัย	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในแต่ละขั้นตอน	การวิเคราะห์ข้อมูล	แหล่งข้อมูล
1.เพื่อศึกษาสภาพการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา	1.ศึกษาเอกสาร 2.สัมภาษณ์เชิงลึก 3.สังเกต 4.สอบถาม 5.ประชุมกลุ่มเฉพาะ	1.แบบบันทึกการศึกษาเอกสาร 2.แบบบันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก 3.แบบบันทึกการสังเกต 4.แบบสอบถาม 5.แบบบันทึกการประชุมกลุ่มเฉพาะ	1.วิเคราะห์สังเคราะห์เนื้อหา 2.วิเคราะห์สังเคราะห์เนื้อหา 3.วิเคราะห์สังเคราะห์เนื้อหา 4.ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.วิเคราะห์สังเคราะห์เนื้อหา	1.สำนักวิทยบริการ ห้องสมุด และ Internet 2.ผู้ทรงคุณวุฒิ 3.โรงเรียนเอกชน 4.ครูและผู้บริหารโรงเรียนเอกชน 5.บุคลากรหลักที่เกี่ยวข้อง
2.เพื่อศึกษาผลจากการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา	1.สัมภาษณ์เชิงลึก 2.สังเกต 3.สอบถาม 4.ประชุมกลุ่มเฉพาะ	1.แบบบันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก 2.แบบบันทึกการสังเกต 3.แบบสอบถาม 4.แบบบันทึกการประชุมกลุ่มเฉพาะ	1.วิเคราะห์สังเคราะห์เนื้อหา 2.วิเคราะห์สังเคราะห์เนื้อหา 3.ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.วิเคราะห์สังเคราะห์เนื้อหา	1.ผู้ทรงคุณวุฒิ 2.โรงเรียนเอกชน 3.ครูและผู้บริหารโรงเรียนเอกชน 4.บุคลากรหลักที่เกี่ยวข้อง
3.เพื่อกำหนดรูปแบบ การเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา	1.การทำ SWOT Analysis 2.การทำประชาพิจารณ์	1.แบบบันทึกการทำ SWOT Analysis 2.แบบสอบถามประกอบการทำประชาพิจารณ์	1.ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.ผู้ทรงคุณวุฒิ 2.กลุ่มเป้าหมาย คือ ครู และผู้บริหารโรงเรียนเอกชน

วิธีดำเนินการวิจัย

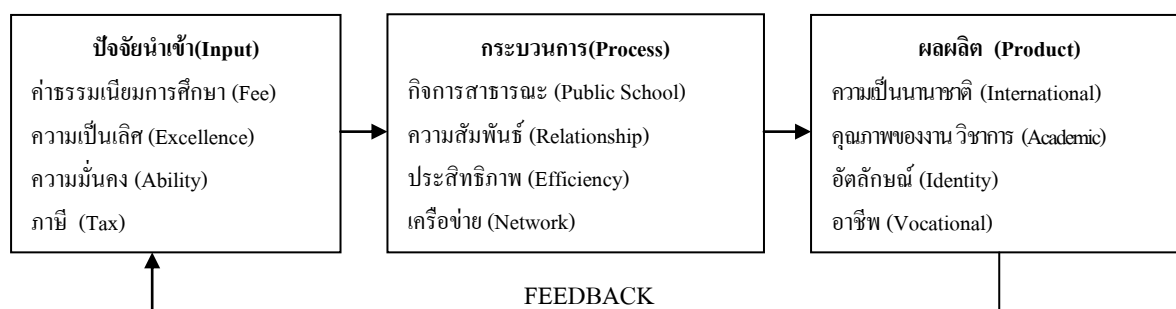
การวิจัยเรื่อง การสร้างรูปแบบการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ คือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน รองเลขาธิการรักษาราชการแทน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง ผู้ว่าราชการจังหวัด 4 คน เจ้าพนักงานที่ดิน จังหวัด 4 คน ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา 7 คน กลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชน 7 คน ผู้อำนวยการ กองคลัง 7 คน ผู้รับใบอนุญาต/ผู้บริหารสถานศึกษา 13 คนและครู 56 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) เครื่องมือผู้วิจัยศึกษาเอกสาร(Documentary Studies) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบ สังเกตและสอบถาม การอภิปรายกลุ่มเฉพาะ โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ค่า IOC = 1.00 ทุกข้อ และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่า α – Coefficient ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่า Alpha = 0.94 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา ซึ่งใช้เทคนิคในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไปพร้อมกันอย่างต่อเนื่อง และสรุปผลการวิจัยโดยบูรณาการจากการวิเคราะห์ ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องและสมบูรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการ วิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม แบบบันทึกการสังเกต แบบบันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบบันทึกการอภิปรายกลุ่ม เฉพาะ แบบบันทึกการทำ SWOT Analysis และแบบสอบถามประกอบการประชุมพิจารณา

สรุปผลการวิจัย

1. การเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนของประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย ฮองกง และสิงคโปร์ คือมีความเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์และการควบคุม ของโรงเรียนทั่วไป มีการกระจายอำนาจ ในการตัดสินใจ มีความยืดหยุ่นในการใช้ทรัพยากร มีอิสระในการเลือกรับครู เลือกรับนักเรียน และกำหนด หลักสูตร ส่วนในประเทศไทย กฎหมายและระเบียบปฏิบัติไม่เปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม
2. ผู้รับใบอนุญาตหรือผู้บริหารสถานศึกษา และครู โรงเรียนเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบนมีความเห็นว่า มีอิสระและคล่องตัว คือ การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา พัฒนาระบบการเรียนรู้อ การนิเทศ การวิจัย การศึกษา การประเมินความร่วมมือกับสถานศึกษาอื่น แผนพัฒนาการศึกษาและแผนประจำปี พัฒนาสื่อ และ แนวการศึกษา พัฒนาแหล่งเรียนรู้ การวัดผล ประเมินผล การตรวจสอบติดตาม รายงานผล จัดทำและเสนอขอ งบประมาณ จัดสรรงบประมาณ วางแผนอัตราค่าจ้าง กำหนดตำแหน่ง สรรหา และบรรจุแต่งตั้ง เสริมสร้างการ รักษาวินัย และการลาทุกประเภท ดูแลอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อม ประชาสัมพันธ์การศึกษา งานรับ นักเรียน ส่งเสริมกิจการนักเรียน บริหารงานธุรการ พัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศ และประสานงาน ราชการกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
3. รูปแบบการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา จากผลการศึกษาค้นคว้า นี้ได้เสนอรูปแบบ “FINE PRIVATE Model”



การนำ “FINE PRIVATE Model” ไปสู่การปฏิบัติตามแนวคิดเชิงระบบ (System Approach)



อภิปรายผล

1. สภาพการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชน เพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา สรุปได้ดังนี้ คือ

1.1 ผู้อำนวยการมอบให้รองผู้อำนวยการ หรือหัวหน้าฝ่ายวิชาการเป็นผู้รับผิดชอบ โดยเน้นความเป็นเลิศทางวิชาการ พัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ เน้นมาตรฐานนานาชาติ และการเป็นประชาคมอาเซียน (Asean Community) พัฒนาสื่อและแหล่งเรียนรู้ เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีหลักสูตรที่เน้นคุณธรรม จริยธรรม และเศรษฐกิจพอเพียง จัดการเรียนการสอนโดยใช้สมองเป็นฐาน (BBL) พัฒนาระบบประกันคุณภาพ การนิเทศและแนะแนวการศึกษา ส่งเสริมความรู้แก่ชุมชน วางแผนปฏิบัติการประจำปีตามกลุ่มสาระ และกำกับติดตามให้เป็นไปตามคณะกรรมการบริหาร ส่งเสริมให้กำลังบุคลากรตามจรรยาบรรณวิชาชีพ และจัดพิมพ์รายงานผลการปฏิบัติงานเสนอผู้บังคับบัญชาจนถึงคณะกรรมการบริหาร โรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการ (2551) ที่ศึกษาแนวทางการบริหาร โรงเรียนนิติบุคคลของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา พบว่าโรงเรียนนิติบุคคล มีอำนาจในการบริหารวิชาการเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน มีหลักสูตรของตนเอง จัดโปรแกรมการเรียนตรงกับความต้องการของโรงเรียน ผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมจัดและออกแบบโปรแกรมการศึกษา ร่วมกับครู ผู้ปกครอง และผู้บริหาร และเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์การควบคุม และมีอิสระในการบริหารจัดการงบประมาณ โดยมอบอำนาจไปยังคณะกรรมการสถานศึกษา การใช้เงินกำหนดเป็นระเบียบของโรงเรียน โรงเรียนเป็นผู้คัดเลือกครู บุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ได้ตามมาตรฐาน

1.2 ผู้จัดการมีหน้าที่รับผิดชอบการบริหารงบประมาณของโรงเรียนตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 มอบให้ผู้ช่วยผู้จัดการรับผิดชอบ จัดทำและเสนอของบประมาณตามแผนพัฒนาโรงเรียน งานการคลัง งานจัดซื้อ-จัดจ้าง งานพัสดุ งานร้านค้า งานทะเบียน งานโภชนาการ งานหอพัก งานพิพิธภัณฑสถาน และงานหอจดหมายเหตุ ต้องผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการบริหารโรงเรียน การอนุมัติขึ้นอยู่กับผู้อนุญาต

ผู้อำนวยการ ผู้จัดการ หรือเจ้าของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับวรรณ ไซยคำ (2550) ที่ศึกษา สภาพการบริหารสถานศึกษาในฐานะที่เป็นโรงเรียนนิติบุคคล ในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 1 พบว่า การบริหารงานงบประมาณแบบโปร่งใส ตรวจสอบได้ ยึดหลักประหยัดและคุ้มค่า ยึดหลักคุณธรรม นิติธรรม และการมีส่วนร่วมในการบริหารงานบุคคล พัฒนางานอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ใช้แหล่งเรียนรู้ในชุมชน ชุมชน การจัดทำหลักสูตร ระบบนิเทศภายใน จัดทำหลักสูตรสถานศึกษา ระเบียบวัดผล ให้บริการวิชาการแก่ชุมชน บำรุงรักษา จัดหาและขายพัสดุครุภัณฑ์ จัดระบบงานธุรการและงานเลขานุการคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ทำแผนกลยุทธ์ แผนพัฒนาการศึกษาและแผนจัดการเรียนรู้ ระดมทรัพยากรทางการศึกษา พัฒนาศือการเรียนการสอน และระบบประกันคุณภาพการศึกษา

1.3 ผู้อำนวยการมอบให้รองผู้อำนวยการ หรือหัวหน้างานบริหารบุคคล เป็นผู้รับผิดชอบบริหารงานบุคคล ได้แก่ การวางแผนอัตรากำลัง กำหนดตำแหน่ง การสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง ทำทะเบียนประวัติ ครูและบุคลากรทางการศึกษา เสริมสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยการประเมินภายในตามมาตรฐานตัวบ่งชี้มีคณะกรรมการสถานศึกษาเป็นผู้กำหนดนโยบาย และมีคู่มือปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยใช้หลักธรรมตามศาสนาที่บุคลากรนับถือ ประเมินการปฏิบัติงาน และพิจารณาระเบียบว่าด้วยการเลื่อนขั้นเงินเดือน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ ส่งเสริมการมีใบประกอบวิชาชีพ และเสนอขอพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 ที่กำหนดให้การบริหารงานบุคคลอยู่ในความรับผิดชอบของผู้อำนวยการโรงเรียน

1.4 ผู้จัดการมีหน้าที่รับผิดชอบการบริหารงานทั่วไปของโรงเรียนตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 จัดทำตราสารของโรงเรียน การจัดตั้ง ยุบ รวมหรือเลิกกิจการ พัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศ และพัฒนาครูและเจ้าหน้าที่ จัดทำสำมะโนผู้เรียน และทำฐานข้อมูลนักเรียนทั้งโรงเรียน แต่งตั้งผู้รับผิดชอบดูแลอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม บริการความรู้สู่ชุมชน ประชาสัมพันธ์การศึกษา มีระบบสารสนเทศที่ทันสมัย มีโรงฝึกกิจการดูแลวินัยนักเรียน งานชุมชนสัมพันธ์ วางแผนปฏิบัติงาน ส่งเสริมงานรับนักเรียนตั้งแต่ต้นปีการศึกษา ประสานงานกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ ธีระ รุญเจริญ (2546) ที่ทำให้สถานศึกษามีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการและจัดการศึกษาด้วยตนเองมากที่สุด โดยการพัฒนาองค์กรสมัยใหม่ นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสม เพื่อประสาน ส่งเสริม และสนับสนุนให้การบริหารงานอื่น ๆ บรรลุผลตามมาตรฐานคุณภาพ และเป้าหมายที่กำหนดไว้

2. ผลจากการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชนเพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา ดังนี้

สถานศึกษาเอกชนส่วนใหญ่มีอิสระและคล่องตัวในการบริหารจัดการด้านการบริหารงานวิชาการ การบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไป ส่วนการบริหารงบประมาณมีความเป็นอิสระในการบริหาร ไม่คล่องตัว เนื่องจากงบประมาณเป็นเรื่องของการลงทุนของเจ้าของโรงเรียนหรือมูลนิธิ ซึ่งการเบิกจ่ายต้องผ่านการพิจารณาให้ความเห็นชอบจากเจ้าของโรงเรียน ส่วนโรงเรียนมูลนิธิจะมีการควบคุม ตรวจสอบ โปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นไปตามแนวปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (แก้ไขครั้งที่ 2) พ.ศ. 2545 และสอดคล้องกับ กระทรวงศึกษาธิการ, (2546 ก.) ที่กำหนดให้โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลมีอิสระ

สามารถระดมทรัพยากรด้วยวิธีการที่เหมาะสมภายใต้ระบบที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสามารถนำเงินบริจาคมาใช้ในการเรียนการสอน

3. รูปแบบการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาเอกชน เพื่อประสิทธิผลทางการศึกษา คือ **“FINE PRIVATE Model”** ซึ่งมีองค์ประกอบย่อยดังนี้ 1) F : (Fee) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคล ต้องมีความเป็นอิสระในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา ซึ่งขัดแย้งกับระเบียบที่กระทรวงศึกษาธิการที่กำหนดให้โรงเรียนนานาชาติ หรือโรงเรียนเอกชนที่ไม่รับเงินอุดหนุน ค่าใช้จ่ายรายหัวจากรัฐบาล จะมีอัตราการเก็บค่าเล่าเรียนแบบลอยตัว แต่ทั้งปีต้องไม่เกิน 20% ของการลงทุน ส่วนโรงเรียนที่รับเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัวจากรัฐ 70% จะเก็บค่าเล่าเรียนได้อีก 30% ตามเพดานที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด ขณะที่โรงเรียนเอกชนประเภทการกุศล และสังกัดมูลนิธิที่รับเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัวจากรัฐ 100% นั้น จะไม่สามารถเก็บค่าใช้จ่ายใดๆ จากผู้เรียนได้อีก 2) I : (Identity) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคล ต้องมีอัตลักษณ์เป็นของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานรับรองมาตรฐาน และประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ที่กำหนดให้โรงเรียนต้องกำหนดอัตลักษณ์ของโรงเรียน โดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (อ้างในสำนักงานรับรองมาตรฐาน และประเมินคุณภาพการศึกษา 2554) 3) N : (Network) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลต้องสร้างเครือข่ายโดยร่วมมือเป็นกลุ่มโรงเรียนเอกชน และสมาคมที่เข้มแข็งโดยมีนโยบาย วิธดำเนินงานและมาตรการอย่างชัดเจน ได้รับการสนับสนุนด้านวิชาการจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาให้ทัดเทียมภาครัฐ จัดตั้งกองทุนโรงเรียนเอกชนโดยความร่วมมือของโรงเรียนเอกชน มีสำนักบริหารงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนจังหวัดเป็นหน่วยงานหลัก ซึ่งสอดคล้องกับ วีระ ญูเจริญ, (2550) ที่ได้เสนอให้มีการร่วมมือเป็นเครือข่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และคุณภาพในการจัดและพัฒนาการศึกษา 4) E : (Excellence) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคล ต้องเน้นความเป็นเลิศโดยเน้นมาตรฐานสากล เน้นมาตรฐานระดับชาติ ให้มีความสำคัญกับหลักสูตรแกนกลาง และเน้นความเป็นไทย ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการ(2546)) ว่าด้วยการดำเนินการของโรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งต้องมีอิสระในการตัดสินใจภายใต้กฎระเบียบในการดำเนินการด้านวิชาการ และมีความเป็นเลิศทางวิชาการ มีจุดเน้นของโรงเรียนที่จะสร้างความเป็นเลิศ และนักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง 5) P : (Public Undertaking) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลต้องเน้นบทบาท ภาระหน้าที่ในฐานะที่เป็น “กิจการสาธารณะ” ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (แก้ไขครั้งที่ 2) พ.ศ. 2545 ว่าด้วยการจัดการศึกษาเอกชนในปัจจุบัน มีบทบาทสำคัญในการช่วยแบ่งเบาภาระของการศึกษาของภาครัฐ จึงเปิดโอกาสให้เอกชนร่วมรับภาระการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบาย แผนงานและเป้าหมายในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติ แต่ให้มีความคล่องตัวในการดำเนินการ 6) R : (Relationship) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลต้องสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐและเอกชน เช่น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา องค์การเอกชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งสอดคล้องกับยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2534) ที่ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างจริงจัง และจริงจัง ร่วมคิดร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบ 7) I : (International) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลต้องบริหารจัดการด้านวิชาการให้มีคุณภาพระดับนานาชาติซึ่งสอดคล้องกับ กระทรวงศึกษาธิการ(2547) ที่กำหนดให้การศึกษาเอกชนจัดการศึกษาให้เป็นไปตามนโยบาย แผน และมาตรฐานการศึกษาชาติ มาตรฐานสากล Asian 8) V : (Vocational) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลต้องสร้างหลักสูตรด้านวิชาชีพเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้เรียนสำหรับการเรียนวิชาชีพในระดับสูงต่อไป เป็นไปตามแนวปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติปี

2542 (แก้ไขครั้งที่2) พ.ศ.2545 ที่มุ่งให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาเต็มศักยภาพ เกิดแนวคิดทางธุรกิจ และมีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ สามารถแข่งขันได้ในอนาคต โครงการที่สนองนโยบายด้านการขยายโอกาสทางการศึกษาให้แก่ผู้เรียนที่อยู่ในส่วนภูมิภาคได้มีโอกาสเข้าศึกษาต่อด้านวิชาชีพ ในระดับสูงได้ 9) A : (Ability/Academic) ครูโรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลต้องมีความมั่นคงโดยเน้นความสามารถของบุคลากร สร้างความมั่นคงในอาชีพให้กับครูโรงเรียนเอกชน เพื่อให้ครูโรงเรียนเอกชนมีขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงาน ได้รับเงินเดือนทัดเทียมกับครูของโรงเรียนรัฐบาล ผู้บริหาร โรงเรียนเอกชนต้องเป็นผู้บริหารมืออาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับธีระ รุณเจริญ, (2550) ที่ระบุว่า การได้รับเงินเดือน และค่าตอบแทนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กฎหมายกำหนด ส่งเสริมและยกย่องเชิดชูเกียรติโดยส่งเสริมผู้มีผลงานดีเด่นและมีคุณงานความดีตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดขอเครื่องราชอิสริยาภรณ์ให้แก่ครูและบุคลากรทางการศึกษา และลูกจ้างในสถานศึกษาไปยังเขตพื้นที่การศึกษา เพื่อเสนอไปยังผู้มีอำนาจตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กฎหมายกำหนด 10) T : (Tax) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไข การจัดเก็บภาษีโรงเรือน และภาษีที่ดิน โดยขอยกเว้นภาษี การโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินกรณีโอนมรดก และการโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินเล็กกิจการซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 มาตรา 35 (5) กำหนดให้ยกเว้นภาษีอากรการโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินให้แก่โรงเรียน การยกเว้นค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนสิทธิ และนิติกรรมสำหรับการบริจาคอสังหาริมทรัพย์ให้แก่โรงเรียนเอกชน หรือการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อใช้ในการจัดการศึกษา การยกเว้นอากรนำเข้าครุภัณฑ์ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา นอกเหนือไปจากมาตรการทางภาษี กฎหมายยังได้กำหนดให้มีการยกเว้น หรือลดหย่อนค่าธรรมเนียม และค่าบริการในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา 11) E : (Efficiency) โรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคลต้องบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ คือ ต้องบริหารงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance – based Budgeting) ใช้หลักธรรมาภิบาล และเปิดโอกาสให้คณะกรรมการบริหารโรงเรียนร่วมบริหารงบประมาณ ซึ่งสอดคล้องพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 (แก้ไขครั้งที่ 2) พ.ศ.2545 ที่มุ่งเน้นให้การบริหารโรงเรียนมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพและมีมาตรฐาน โดยตั้งอยู่บนหลักการของการกระจายอำนาจ จากส่วนกลางและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาไปยังสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ระดับกระทรวง

1.1.1 กระทรวงศึกษาธิการควรนำ “FINE PRIVATE Model” ไปกำหนดเป็นนโยบายในการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

1.1.2 กระทรวงศึกษาธิการ ควรสร้างความเข้าใจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานศึกษาเอกชน เช่น ที่ดินจังหวัด และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ให้ยึดพระราชบัญญัติการศึกษาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อให้การจัดการศึกษาของเอกชนมีประสิทธิภาพ มีความเสมอภาคและเทียมเท่ากับ โรงเรียนของรัฐบาล

1.2 ระดับหน่วยงานเทียบเท่าระดับกรม สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) ควรนำ “FINE PRIVATE Model” ไปกำหนดเป็นนโยบายในการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนระดับการศึกษา ขั้นพื้นฐาน และนำไปสู่การปฏิบัติ โดยมีมาตรการและวิธีการปฏิบัติที่ชัดเจน

1.3 ระดับเขตพื้นที่การศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาควรให้ความสำคัญกับกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนให้มากขึ้น และควรเสนอให้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนจังหวัดเพื่อการดำเนินงานประสานกับกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนในการนิเทศ กำกับ ติดตามการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชนโดยใช้รูปแบบ “FINE PRIVATE Model”

1.4 ระดับสถานศึกษา สถานศึกษาควรบริหารจัดการสถานศึกษาในฐานะนิติบุคคลโดยใช้ “FINE PRIVATE Model” ไปประยุกต์ใช้กับโรงเรียนตามบริบทของตนเอง ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาในการบริหารจัดการตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อได้ข้อมูลเชิงลึก ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพในส่วนการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่ ครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้จัดการ ผู้อำนวยการและผู้รับใบอนุญาต ต่อการบริหารงานตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พุทธศักราช 2550 ฉบับปรับปรุงแก้ไข พ.ศ. 2554

2.2 ควรศึกษาผลจากการบริหารจัดการสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยใช้ “FINE PRIVATE Model”

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ในครั้งนี้นำเร่ใจล่งด้วยดีโดยได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวันท์ ชัยชนะ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร. ชูชีพ พุทธประเสริฐ อาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และรองศาสตราจารย์ ดร. วีระศักดิ์ ชมภูคำ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือ สนับสนุนให้ข้อเสนอแนะ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ประสบการณ์ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นสิ่งที่มีความค่าและประโยชน์ต่อผู้วิจัยและโรงเรียนเอกชนทั่วประเทศเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของทุก ๆ ท่านไว้ ณ โอกาสนี้ พร้อมทั้งขอกราบขอบพระคุณคุณอาจารย์ในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ แนวคิด แนวทางในการศึกษาและให้กำลังใจในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จนทำให้วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้มีความสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ ภู่วิภาดาจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร.เจดหาล่า สุนทรวิภาต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทพประวิณ จันทรแรง ท่านผู้เชี่ยวชาญที่ได้ตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ และโรงเรียนปรีณส์โรแยลวิทยาลัยและโรงเรียนเทพดินทร์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการทดลองใช้เครื่องมือ สำหรับคำนวณค่าทางสถิติบางประการ

ขอกราบขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ นายชินวรณ์ บุญยเกียรติ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ นายเฉลียว อยู่สีมารักษ์ ปลัดกระทรวงศึกษาธิการนายชาญวิทย์ ทับสุพรรณ ผู้อำนวยการสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ผู้ว่าราชการจังหวัดทั้ง 4 จังหวัด เจ้าพนักงานที่ดินจังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในเขตภาคเหนือตอนบน รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่ดูแลกลุ่มส่งเสริมเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบน หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบน ผู้อำนวยการกองคลังเทศบาล ผู้อำนวยการ โรงเรียนเอกชนในเขต

ภาคเหนือ และขอขอบพระคุณผู้บริหาร คณะครูและบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบรูปแบบการวิจัยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณพ่อเล็ก คุณแม่สำราญ พวงแก้ว คุณกันชัย ทองประเสริฐ คุณชัยภัทร์ พวงแก้ว ที่ให้ทุนในการศึกษาครั้งนี้ ญาติ พี่น้องของผู้วิจัยที่ห่วงใย ส่งแรงใจให้ผู้วิจัยอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลา พร้อมทั้งภรรยา และบุตรที่คอยให้กำลังใจและส่วนช่วยเหลือจนทำให้ผลงานเสร็จสมบูรณ์ คุณประ โยชน์ ทั้งหลายอันพึงเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของพ่อ แม่ ญาติพี่น้อง และครู อาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนในการส่งเสริม สนับสนุนเสริมสร้างรากฐานการศึกษาให้แก่ผู้วิจัย

ภูเบศ พวงแก้ว

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. 2551. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, แนวทางการบริหารโรงเรียนนิติบุคคล

กระทรวงศึกษาธิการ. 2546 ข.พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

กระทรวงศึกษาธิการ. 2546 ก. คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

กระทรวงศึกษาธิการ. 2547. พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา. กรุงเทพฯ:

พริก หวานกราฟฟิค.

กระทรวงศึกษาธิการ. 2547. ยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ ของกระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์

องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

เกษม วัฒนชัย. 2550. เอกสารประกอบการปาฐกถาพิเศษ “เศรษฐกิจพอเพียงกับการศึกษา. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

ธีระ รุญเจริญ. 2546. การบริหารโรงเรียนยุคปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.

_____. 2550. ความเป็นมืออาชีพในการจัดและบริหารการศึกษายุคปฏิรูปการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4),

กรุงเทพฯ : แอล.ที.เพรส.

ยุวัฒน์ วฒิมณี. 2534. การพัฒนาชุมชนจากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: บางกอกบลู๊ค.

วรวรรณ ไชยคำ. 2550. สภาพการบริหารสถานศึกษาในฐานะที่เป็นนิติบุคคลในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน

เขต 1 วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่.

สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมการศึกษาเอกชน สำนักปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. 2551. พระราชบัญญัติ

โรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 โรงพิมพ์ ส.ก.ส.ค. ลาดพร้าว เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์กรมหาชน) คู่มือการประเมินคุณภาพภายนอก

รอบสาม (พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๘) ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ฉบับสถานศึกษา (แก้ไขเพิ่มเติม

พฤศจิกายน ๒๕๕๔) กรุงเทพฯ : พิมพ์ที่บริษัท ออฟเซ็ท พลัส จำกัด

อุทัย บุญประเสริฐ. 2546. หลักการบริหารแบบฐานโรงเรียน. กรุงเทพฯ: พระรามสี่การพิมพ์

อวยชัย ศรีตระกูล. 2549. การพัฒนาโรงเรียนเอกชน จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัยสมาคมโรงเรียนเอกชน
จังหวัดเชียงใหม่

รูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง A NON-FORMAL EDUCATION ADMINISTRATION MODEL FOR HIGHLAND PEOPLE AND THE NATION'S SECURITY

นายสนธิ หาจตุรัส

อาจารย์ประจำหลักสูตรการศึกษานอกระบบ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

E-mail : Sanit_haj@cmru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา และกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง ผู้ให้ข้อมูลหลักคือเลขาธิการสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบฯ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ เชียงรายและแม่ฮ่องสอน ผู้อำนวยการสถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่ หัวหน้าฝ่ายจัดผังรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบฯ ประธานคณะกรรมการสถานศึกษา ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษานอกระบบฯ ครูนิเทศบนพื้นที่สูง และครูประจำศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้า สัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตและสอบถาม อภิปรายกลุ่มเฉพาะ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

1. การบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคงส่วนใหญ่จัดเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" กลุ่มผู้ไม่รู้หนังสือ ใช้หนังสือแบบเรียนภาษาไทย หน่วยที่ 1 ประเทศของเรา และหน่วยที่ 2 ในหลวงของเรา และกลุ่มการศึกษาขั้นพื้นฐาน อยู่ในหมวดวิชาประสบการณ์ชีวิต สาระที่ 2 หน้าที่พลเมือง วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตในสังคม และสาระที่ 4 ประวัติศาสตร์ สอนโดยการฝึกฟัง พูด อ่าน และเขียน ร้องเพลงชาติไทย เพลงสรรเสริญพระบารมี และเพลงสดุดีมหาราชา เคารพธงชาติ สวดมนต์ไหว้พระแผ่เมตตา และเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในวันสำคัญของชาติ รัฐให้ค่าใช้จ่ายรายหัว ค่าใช้จ่ายตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปี มีครูประจำศูนย์ละ 1-2 คน ศูนย์การเรียนเป็นอาคารไม้ การศึกษานอกระบบที่จัดโดยหน่วยงานอื่นได้แก่ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ และคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

2. ปัญหาในการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง คือ ขาดสื่อการเรียนการสอน บุคลากรขาดขวัญและกำลังใจและขาดความรู้ในการจัดการศึกษานอกระบบ หน่วยงานที่จัดการศึกษานอกระบบไม่ร่วมมือกันในลักษณะของ "เครือข่าย"

3. รูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง คือ LIFELONG Model

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the state and problems in non-formal education administration for national security and to formulate the non-formal education administration for national security model. The key informant was Secretary-General of the Office of Non-Formal and In- Formal Education. The samples were Chiang Mai, Chiang Rai and Mae Hong Son provincial governors, director of the Office of Radio of Thailand, director of the Office of Television of Thailand, editor of local newspaper in Chiang Mai, administrators of Provincial Office of the Non-Formal and Informal Education, chairman of school charter, administrators of district Non-Formal and Informal Education Centre, supervisors and teachers of the Mae Fah Luang Education Center for Highlanders. The data was gathered by documentary studies, in-depth interviews, observation, and asking, focus group discussion. The data was analyzed by using frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, content analysis and synthesis. The results of this research are as follows.

1. The state of the non-formal education administration for national security is mostly in the form of Mae Fah Luang Education Center for Highlanders. For the literacy education uses the Thai subject textbook unit one in the topic of “Our Nation” and “Our King”. For the basic education uses the Thai subject textbook in the life experience unit and the second topic of “Duty of the Citizens, Culture and Social living and the fourth topic of “History”. The teaching methods include of listening, speaking, reading and writing, national anthem singing, Long Life the King singing and Carol King singing, flag-raising ceremony, praying and participating in community activities on important days and festivals. The state subsidizes the per head budget for student and subsidizes the budget conforms the 15 years free learning project. There are 1-2 teachers for 1 learning center. The center buildings are made from the wood. The other non-formal education organizations were radio and television broadcasting and newspaper column.

2. The problems of the non-formal education administration for national security were educational innovation lacking, morale lacking of the persons, lacking of knowledge and teaching techniques of the persons, lacking of the non-formal education organization network.

3. The Non-formal Education Administration Model for National Security is “LIFELONG Model”

บทนำ

การบริหารจัดการศึกษาของประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 15 การจัดการศึกษามีสามรูปแบบ คือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ซึ่งการศึกษานอกระบบ เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและกลุ่มเป้าหมาย ปัญหาความไม่เข้าใจกันของคนในสังคมไทยที่ผ่านมาทำให้เกิดวิกฤตการณ์ความไม่สงบและทวีความรุนแรงขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติและความ

ผาสกของประชาชนโดยรวม การสร้างคุณค่าร่วมกันของคนในชาติที่มีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ เพื่อให้เกิดความมั่นคงของชาติ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง (สภาความมั่นคงแห่งชาติ, 2550) ปัญหาความไม่เข้าใจกันของคนในสังคมไทยส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดการหล่อหลอมจิตสำนึกในความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในชาติที่ไม่ตรงกันจากสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และนักวิชาการในลักษณะของการศึกษานอกระบบ จึงทำให้เกิดความเชื่อ เจตคติ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มชนบนพื้นที่สูงทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยซึ่งมีความแตกต่างจากคนส่วนใหญ่ในประเทศทั้งด้านภาษา การสื่อสาร วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ จากสภาพการณดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่า สภาพและปัญหาในการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคงเป็นอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคงควรจะเป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย มาตรการและแนวทางในการบริหารจัดการศึกษานอกระบบเพื่อให้เกิดความมั่นคงต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและนโยบายด้านความมั่นคง สภาความมั่นคงแห่งชาติ (2550) ได้วางแนวนโยบายความมั่นคงแห่งชาติของไทยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ มุ่งรักษาผลประโยชน์และความมั่นคงของชาติให้เกิดความสมดุลทุกด้านและมุ่งสนับสนุนนโยบาย ด้านอื่นๆ ของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไม่ให้มีปัจจัยเสี่ยงต่อความมั่นคงของชาติและให้ความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตและศักยภาพของคนในชาติ

2. แนวคิดการจัดการศึกษาเพื่อความมั่นคง เกษม วัฒนชัย (2552) ได้ให้ทัศนะที่เป็นแนวคิดในการจัดการศึกษาเพื่อความมั่นคงของชาติ ว่า ในการจัดการศึกษาของประเทศใดๆ เป้าหมายคือการสร้างจิตใจของคนในชาติให้มีความรักชาติเพื่อส่วนรวมและเพื่อสร้างพลเมืองที่ประเทศนั้นๆ ต้องการที่จะทำให้เกิดความมั่นคงขึ้นในชาติของตน เช่นในประเทศไทยต้องจัดการศึกษาเพื่อส่งเสริมให้คนมีความจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ การจัดการศึกษาต้องใช้กระบวนการสั่งสอนอบรมทั้งในบ้าน วัด สถานศึกษา และชุมชนตามความต้องการมุ่งหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ การเรียนรู้ที่ดีขึ้น เจริญงอกงามขึ้น โดยสิ่งที่เรียนรู้จะต้องประกอบด้วยเป้าหมาย เนื้อหา กิจกรรม และการให้เห็นคุณค่าของสิ่งที่ต้องการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนเต็ม (Integrity) และการยึดมั่นเพื่อประโยชน์ส่วนรวม กล่าวคือ คนเต็มต้องแยกแยะได้ว่าอะไรถูกหรืออะไรผิด แล้วยึดมั่นในสิ่งที่ถูกปฏิเสธในสิ่งที่ผิด

3. แนวคิดการบริหารจัดการศึกษานอกระบบ อิวาน อิลลิช (Ivan Illich) (อ้างใน วิไล ตั้งจิตสมคิด, 2539) ซึ่งได้กล่าวว่า การศึกษานอกระบบ(Non-formal Education) เป็นรูปแบบของการจัดการศึกษาที่มีความยืดหยุ่น รูปแบบการให้การศึกษาามีหลายวิธีและเป็นการศึกษาตลอดชีวิต

4. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ บุญชม ศรีสะอาด(2533) ให้แนวคิดเกี่ยวกับว่า คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของรูปแบบคือองค์ประกอบหรือตัวแปรต่าง ๆ ภายในรูปแบบ จะต้องมีความสัมพันธ์และมีทิศทางไปในแนวเดียวกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา และกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง

วิธีดำเนินวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง วิธีการวิจัยใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในรูปแบบของวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยครั้งนี้มีวิธีดำเนินการ ดังนี้ 1) ศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก ศึกษาสภาพที่เป็นจริงโดยการสังเกตและสอบถาม อภิปรายกลุ่มเฉพาะเกี่ยวกับสภาพและปัญหาในการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค แล้วสรุปเป็นรูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง นำรูปแบบที่ได้ไปตรวจสอบโดยการทำประชาพิจารณ์ และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เป็นรูปแบบที่สมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง พบว่า ส่วนใหญ่สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในเขตภาคเหนือตอนบนมีการบริหารจัดการศึกษาในลักษณะของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" โดยการบริหารจัดการด้านวิชาการสำหรับผู้ไม่รู้หนังสือจัดตามโครงการส่งเสริมการรู้หนังสือบนพื้นที่สูงจะใช้หลักสูตรและหนังสือแบบเรียนภาษาไทยที่สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดจัดทำขึ้น เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์อยู่ในหน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ประเทศของเรา และหน่วยที่ 2 ในหลวงของเรา ส่วนการศึกษาค้นพื้นฐาน จะใช้หลักสูตรการศึกษาค้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2549) และเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์จะอยู่ในกลุ่มหมวดวิชาประสบการณ์ สาระที่ 2 หน้าที่พลเมือง วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตในสังคม และสาระที่ 4 ประวัติศาสตร์ สำหรับวิธีการจัดการศึกษา การสอน สื่อ และกิจกรรมที่ใช้ในการให้การศึกษา ส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันไม่มากนัก วิธีการจัดการศึกษาใช้การเรียนแบบชั้นเรียน และแบบนัดพบกลุ่ม วิธีการสอนใช้วิธีการอ่านให้ฟัง ฝึกให้พูด ฝึกให้อ่าน ฝึกให้เขียน ฝึกให้คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น สื่อการสอนคือแบบเรียน หนังสือพิมพ์ วิทยุ แผ่น CD โทรทัศน์ กิจกรรมการเรียนการสอน ประกอบด้วย การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน การร้องเพลงชาติไทย เพลงสรรเสริญพระบารมี เพลงสดุดีมหาราชา กิจกรรมนอกชั้นเรียนได้แก่ กิจกรรมเคารพธงชาติ ร้องเพลงชาติ สวดมนต์ไหว้พระ แผ่เมตตา และการเข้าร่วมกิจกรรมที่สถานศึกษาร่วมกับชุมชนจัดขึ้นในวันสำคัญของชาติและวันนักขัตฤกษ์ ด้านงบประมาณ รัฐมีเงินอุดหนุนในการจัดการศึกษาเป็นค่าใช้จ่ายต่อหัว ค่าใช้จ่ายตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปีอย่างมีคุณภาพ และค่ากิจกรรมพัฒนาคุณภาพผู้เรียนด้านบริหารงานบุคคล แต่ละศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" ส่วนใหญ่ มีครูประจำ 1 คน เป็นครูอัตราจ้างรายปี มีประกันสังคม ด้านบริหารทั่วไป อาคารศูนย์การเรียนรู้ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในชุมชน เป็นอาคารไม้ กึ่งถาวร ค่าวัสดุก่อสร้างได้รับงบประมาณจากรัฐ ส่วนแรงงานได้รับการอุทิศจากชาวบ้าน สำหรับการให้

การศึกษาที่เกี่ยวกับสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์โดยสื่อสาธารณะที่มีอยู่ในพื้นที่ คือ วิทยุ โทรทัศน์ ตารางเวลาออกอากาศจะถูกกำหนดโดยหน่วยงานจากส่วนกลาง มีบ้างที่สื่อในพื้นที่เป็นผู้กำหนด เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงด้านความมั่นคงของทหารจะกำหนดตารางและรายการออกอากาศเอง ส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนและบุคคลในพื้นที่สูงเกิดความจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

2. ปัญหาการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง พบว่า ด้านวิชาการ หลักสูตร ขาดการความเป็นท้องถิ่นและการให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ด้านบริหารงานบุคคล ครูผู้สอนบนพื้นที่สูงประจำอยู่ที่ศูนย์การเรียนชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" ส่วนใหญ่มีฐานะเป็นครูอัตราจ้างรายปี มีอัตราครูอยู่ประจำศูนย์ละ 1 คน ไม่มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่อง ไม่มีวุฒิครูและไม่มีวุฒิครูด้านการศึกษานอกระบบ ทำให้ไม่มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในการจัดการศึกษานอกระบบ ไม่มีความมั่นคงในอาชีพ ปฏิบัติงานเพื่อรอการสอบบรรจุเป็นข้าราชการครูในระบบหรือสอบเป็นข้าราชการสายอื่น ด้านบริหารทั่วไป ปัญหาที่พบคือ มีนักศึกษาย้ายถิ่นตามผู้ปกครองทำให้การเข้ารับการศึกษามีต่อเนื่อง สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ และหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานตามภารกิจที่รับผิดชอบของหน่วยงาน ไม่มีการวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน บนพื้นที่สูงบางพื้นที่ไม่มีไฟฟ้าใช้ บางพื้นที่มีปัญหาในการรับคลื่น สัญญาณวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ส่งไปถึงล่าช้า และขาดนักข่าวที่มีความรู้ความเข้าใจในภาษาและวัฒนธรรมของบุคคลบนพื้นที่สูง

3. รูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง คือ LIFELONG Model คือ

L: Local การให้ความสำคัญกับท้องถิ่นและกลุ่มเป้าหมาย

I: Innovations ต้องให้ความสำคัญกับสื่อและนวัตกรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่สูง

F: Functional การจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง ต้องเป็นหลักสูตรแบบ เบ็ดเสร็จที่สอนทั้งเรื่องการอ่านออกเขียนได้ และความมั่นคงแห่งชาติ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

E: Educate การจัดการศึกษานอกระบบเพื่อความมั่นคง ต้องให้ความรู้ สร้างเจตคติ และบ่มเพาะนิสัยให้เกิดความรักชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

L: Library การให้การศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง ต้องใช้แหล่งเรียนรู้ในชุมชนให้เกิดประโยชน์ เช่น ห้องสมุด

O: Organize การจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง มีหลายหน่วยงานที่ร่วมจัดทำ เช่น องค์การทางการศึกษา สื่อสาธารณะ หน่วยงานด้านความมั่นคง ฯ จำเป็นต้องจัดระบบขององค์การเพื่อการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

N: Network การจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง เป็นภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ มากมาย เช่น หน่วยงานด้านการศึกษา หน่วยงานด้านความมั่นคง หน่วยงานด้านสื่อสาธารณะ เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารงาน ควรสร้างเครือข่ายในการดำเนินงานและจัดทำแผนการปฏิบัติงานร่วมกัน

G: Government รัฐต้องให้ความสำคัญด้านการจัดการศึกษาระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง โดยกำหนดนโยบาย มาตรการวิธีดำเนินงานร่วมกัน และรัฐจะต้องให้ความสำคัญ สนับสนุนหน่วยงาน บุคลากรและสื่อสาธารณะให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ที่ก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ได้อย่างเต็มกำลัง

อภิปรายผล

1. สภาพการบริหารจัดการศึกษาระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง จากผลการวิจัยพบว่าการบริหารจัดการศึกษาระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคงของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการศึกษาในลักษณะของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" โดยการบริหารจัดการด้านวิชาการ สำหรับผู้ไม่รู้หนังสือจัดตามโครงการส่งเสริมการรู้หนังสือบนพื้นที่สูงจะใช้หลักสูตรและหนังสือแบบเรียนภาษาไทยที่สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดจัดทำขึ้น เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์อยู่ในหน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ประเทศของเรา และหน่วยที่ 2 ในหลวงของเรา ส่วนการศึกษาขั้นพื้นฐาน จะใช้หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2549) และเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์จะอยู่ในกลุ่มหมวดวิชาประสบการณ์ สาระที่ 2 หน้าที่พลเมือง วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตในสังคม และสาระที่ 4 ประวัติศาสตร์ สำหรับวิธีการจัดการศึกษา การสอน สื่อ และกิจกรรมที่ใช้ในการให้การศึกษา ส่วนใหญ่ มีความแตกต่างกันไม่มากนัก วิธีการจัดการศึกษาใช้การเรียนแบบชั้นเรียน และแบบนัดพบกลุ่ม วิธีการสอนใช้วิธีการอ่านให้ฟัง ฝึกให้พูด ฝึกให้อ่าน ฝึกให้เขียน ฝึกให้คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น สื่อการสอน คือ แบบเรียน หนังสือพิมพ์ วิทยุ แผ่น CD ทรทัศน์ กิจกรรมการเรียนการสอน ประกอบด้วย การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน การร้องเพลงชาติไทย เพลงสรรเสริญพระบารมี เพลงสดุดีมหาราชา กิจกรรมนอกชั้นเรียน ได้แก่ กิจกรรมเคารพธงชาติ ร้องเพลงชาติ สวดมนต์ไหว้พระ แผ่เมตตา และการเข้าร่วมกิจกรรมที่สถานศึกษาร่วมกับชุมชนจัดขึ้นในวันสำคัญของชาติ และวันนักขัตฤกษ์ รัฐมีเงินอุดหนุนในการจัดการศึกษาเป็นค่าใช้จ่ายต่อหัว ค่าใช้จ่ายตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปี อย่างมีคุณภาพ และค่ากิจกรรมพัฒนาคุณภาพผู้เรียน แต่ละศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" ส่วนใหญ่ มีครูประจำ 1 คน เป็นครูอัตราจ้างรายปี มีประกันสังคม อาคารศูนย์การเรียนรู้ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในชุมชนเป็นอาคารไม้กึ่งถาวร ค่าวัสดุก่อสร้างได้รับงบประมาณจากรัฐ ส่วนแรงงานได้รับการอุทิศจากชาวบ้านสำหรับการให้การศึกษาเกี่ยวกับสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์โดยสื่อสาธารณะที่มีอยู่ในพื้นที่ คือ วิทยุโทรทัศน์ ตารางเวลาออกอากาศจะถูกกำหนดโดยหน่วยงานจากส่วนกลาง มีบ้างที่สื่อในพื้นที่เป็นผู้กำหนด เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงด้านความมั่นคงของทหารจะกำหนดตารางและรายการออกอากาศเอง ส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนและบุคคลบนพื้นที่สูงเกิดความจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานสภาพและข้อมูลการจัดการศึกษาระบบบนพื้นที่สูงของ สถาบันพัฒนาการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยภาคเหนือ (2555) ที่ระบุถึง การจัดการศึกษาระบบบนพื้นที่สูงของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตาม

อรรถาธิบายจัดในลักษณะของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" และมีรายละเอียดของข้อมูลเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับสภาพการจัดการศึกษานบนพื้นที่สูงที่พบในการวิจัยครั้งนี้

2. ปัญหาการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง จากผลการวิจัยพบว่า ด้านบริหารงานบุคคล ครูผู้สอนบนพื้นที่สูงประจำอยู่ที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" ส่วนใหญ่มีฐานะเป็นครูอัตราจ้างรายปี มีอัตราครูอยู่ประจำศูนย์ละ 1 คน ไม่มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่อง ไม่มีวุฒิครูและไม่มีวุฒิครูด้านการศึกษานอกระบบ ทำให้ไม่มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในการจัดการศึกษานอกระบบ ไม่มีความมั่นคงในอาชีพ ปฏิบัติงานเพื่อรอการสอบบรรจุเป็นข้าราชการครูในระบบหรือสอบเป็นข้าราชการสายอื่น ด้านบริหารงานทั่วไป ปัญหาที่พบคือ มีนักศึกษาเข้าเรียนตามผู้ปกครองทำให้การเข้ารับการศึกษามีต่อเนื่อง สถานีวิทย์ สถานีโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อสาธารณะทำให้การศึกษามีข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานตามภารกิจที่รับผิดชอบของหน่วยงาน ไม่มีการวางแผนการดำเนินงานร่วมกันบนพื้นที่สูงบางพื้นที่ไม่มีไฟฟ้าใช้ บางพื้นที่มีปัญหาในการรับคลื่นสัญญาณวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ส่งไปถึงล่าช้า และขาดนักข่าวที่มีความรู้ความเข้าใจในภาษาและวัฒนธรรมของบุคคลบนพื้นที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการวิจัยของ รุ่งโรจน์ ตรงสกุล (2530) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "เงื่อนไขทางสังคมและคุณสมบัติส่วนตัวกับการปฏิบัติงานของครูอาสาสมัคร โครงการศูนย์การศึกษาเพื่อชุมชนในเขตภูเขา" ซึ่งมีข้อค้นพบว่า ครูอาสาสมัครไม่สามารถจัดกิจกรรมทางการศึกษาให้แก่ผู้ใหญ่ได้เท่าที่ควร ไม่เป็นไปตามหลักการของการปฏิบัติตามหลักสูตร ครูไม่มีความเข้าใจและการจัดกิจกรรมรูปแบบวิธีการต่างๆ ที่หลากหลาย โดยเฉพาะการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและการตอบสนองความต้องการของชุมชน การไม่สามารถปฏิบัติสิ่งต่างๆ ดังกล่าวได้ จะทำให้การจัดการศึกษาหักเห หรือผิดเป้าหมายไป และสอดคล้องกับรายงานวิจัยของจิรา จันทรกระจำ (1976) ซึ่งได้ทำการศึกษาเพื่อหารูปแบบและวิธีการให้การศึกษาแก่บุคคลบนพื้นที่สูง พบว่า ควรมีการอบรมครูเฉพาะทางและให้เงินเดือน สวัสดิการแก่ครูมากพอที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจที่อยากจะทำงานกับบุคคลบนพื้นที่สูง

3. รูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง คือ LIFELONG Model เป็นรูปแบบการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคงที่ให้ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่นและกลุ่มเป้าหมาย สื่อและนวัตกรรมที่เหมาะสมกับบนพื้นที่สูง หลักสูตรแบบเบ็ดเสร็จที่สอนทั้งเรื่องการอ่านออกเขียนได้และความมั่นคงของชาติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ต้องให้ความรู้ สร้างเจตคติ และบ่มเพาะนิสัยให้เกิดความรักชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ แหล่งเรียนรู้และการใช้แหล่งเรียนรู้ต้องให้ความสำคัญกับแหล่งเรียนรู้ที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ห้องสมุด การจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคงเป็นภารกิจของหลายหน่วยงานที่ต้องร่วมกันดำเนินงาน เช่น องค์การทางการศึกษา สื่อสาธารณะ หน่วยงานด้านความมั่นคง หน่วยงานด้านการปกครอง เป็นต้น จำเป็นต้องมีการประสานงาน จัดระบบองค์การ สร้างเครือข่ายจัดทำแผนงานโครงการ และการปฏิบัติงานร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล และรัฐต้องให้ความสำคัญด้านการจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง โดยการกำหนดเป็นนโยบาย มาตรการ วิธิดำเนินงานร่วมกัน สนับสนุนนโยบาย และสร้างขวัญกำลังใจแก่บุคลากร ผู้ปฏิบัติหน้าที่ให้มีการกำหนดอัตราและตำแหน่งครูอัตราจ้างประจำศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา "แม่ฟ้าหลวง" ให้เป็นข้าราชการครู มีสิทธิรับสวัสดิการเบิ่กกันดารหรือเบิ่กเลี้ยงกัย และให้การสนับสนุนสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ในการเสนอข่าวเกี่ยวกับสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ซึ่งสอดคล้องกับ

แนวคิดในการกำหนดรูปแบบของ บุญชม ศรีสะอาด (2533) ที่ให้แนวคิดว่าคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของรูปแบบคือองค์ประกอบหรือตัวแปรต่าง ๆ ภายในรูปแบบ จะต้องมีความสัมพันธ์และมีทิศทางไปในแนวเดียวกัน และสอดคล้องกับแนวคิดและนโยบายด้านความมั่นคงของสภาความมั่นคงแห่งชาติ (2550) ที่ได้วางแนวนโยบายความมั่นคงแห่งชาติของไทยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ มุ่งรักษาผลประโยชน์และความมั่นคงของชาติให้เกิดความสมดุลทุกด้านและมุ่งสนับสนุนนโยบายด้านอื่น ๆ ของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ไม่ให้มีปัจจัยเสี่ยงต่อความมั่นคงของชาติและให้ความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตและศักยภาพของคนในชาติ และสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการศึกษานอกระบบของ อีวาน อิลลิช (Ivan Illich) (อ้างใน วิไล ตั้งจิตสมคิด, 2539) ซึ่งได้กล่าวว่า การศึกษานอกระบบ (Non-formal Education) เป็นรูปแบบของการจัดการศึกษาที่มีความยืดหยุ่น รูปแบบการให้การศึกษาหลายวิธีและเป็นการศึกษาตลอดชีวิตและสอดคล้องกับรายงานการวิจัยเรื่อง “การจัดการประถมศึกษาการเพื่อปวงชนสำหรับกลุ่มด้อยโอกาสในชนบทห่างไกลในประเทศไทย” ของสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2532) ที่ได้เสนอแนะรูปแบบการจัดการศึกษาให้แก่ชาวบ้านในพื้นที่สูงไว้ว่า การจัดการศึกษาให้แก่ชาวไทยภูเขาบนพื้นที่สูงจะเกิดประสิทธิภาพได้ จะต้องให้ความสำคัญกับท้องถิ่นและกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรู้สึกรู้ว่าท้องถิ่นเป็นของตน การจัดการศึกษาบนพื้นที่สูงเป็นภารกิจของหลายหน่วยงาน ควรจะจัดให้มีหน่วยงานที่จะประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา เพื่อการวางแผนการทำงานร่วมกันและร่วมมือกันปฏิบัติงาน รวมไปถึงการใช้สื่อมวลชนคือวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และชุมชนเป็นแหล่งในการเรียนรู้ และสอดคล้องกับรายงานการวิจัยเรื่อง “นโยบายและการจัดการศึกษาสำหรับชาวเขาในประเทศไทย” ของสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (ม.ป.ป., บทคัดย่อ) ที่ได้นำเสนอไว้ว่า นโยบายการจัดการศึกษานอกระบบให้แก่บุคคลบนพื้นที่สูง ควรจัดทำหลักสูตรใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมสำหรับบุคคลบนพื้นที่สูง เพื่อให้การศึกษาได้มีส่วนช่วยให้บุคคลบนพื้นที่สูงสามารถฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาไทยได้ รู้จักคิดเป็น คิดชอบ เป็นพลเมืองที่ดี มีความผูกพันทางจิตใจนิยมในชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ และมีความสำนึกว่าเป็นคนไทยหรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาความมั่นคงของชาติได้ประการหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ระดับนโยบาย กระทรวงศึกษาธิการ หน่วยงานเทียบเท่ากรมคือ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย และหน่วยงานระดับจังหวัด คือ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัด ควรนำ LIFELONG Model ไปกำหนดเป็นนโยบาย มาตรการ วิธีดำเนินงานในแผนงาน และโครงการในการจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อก่อให้เกิดความมั่นคงของชาติ

1.2 ระดับสถานศึกษา ในการจัดการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรในระดับสถานศึกษา : ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอรวมไปถึงศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยตำบล และศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยภูเขา“แม่ฟ้าหลวง” ควรเน้นให้เกิดความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ทั้งในระดับการศึกษาพื้นฐาน เช่น การอ่านออก เขียนได้ (Literacy) และการจัดการศึกษานอกระบบทุกระดับ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป ควรศึกษาประสิทธิภาพการบริหารจัดการศึกษานอกระบบบนพื้นที่สูงเพื่อความมั่นคง โดยใช้ LIFELONG Model

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริวันทนัย ชัยฐานะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร.วิระศักดิ์ ชมพุกา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทพประวิณ จันทรัง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมที่กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไข ปรับปรุง กระตุ้น และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี จึงขอกราบขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูง และขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนทำให้งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเป็นฉบับที่สมบูรณ์

บรรณานุกรม

- เกษม วัฒนชัย. 2552. คำกล่าวปาฐกถาพิเศษเปิดงานวิชาการมหกรรมห้องเรียนชุมชน เรื่องนวัตกรรมการศึกษาไทย กับเด็กแนวใหม่หัวใจเพื่อชุมชนวันที่ 30 ตุลาคม 2552 ณ ห้องประชุมเอื้องคำ ชั้น 3 อาคารราชภัฏเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- จิรา จันทรกระจ่าง. 1976. ชาวเขาในประเทศไทยและรูปแบบใหม่ทางการศึกษา วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, Northern Colorado University.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2533. รายงานการวิจัยเรื่องรูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์. มหาสารคาม: อภิชาติ การพิมพ์.
- รุ่งโรจน์ ตรงสกุล. 2530. เงื่อนไขทางสังคมและคุณสมบัติส่วนตัวกับการปฏิบัติงานของครูผู้สอนโครงการศูนย์การศึกษาเพื่อชุมชนในเขตภูเขา (ศชช.) : กรณีบ้านปางสาและบ้านธาตุ จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิไล ตั้งจิตสมคิด. 2539. การศึกษาไทย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สถาบันพัฒนาการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยภาคเหนือ. 2555. “ข้อมูลการจัดการศึกษานอกระบบพื้นที่สูง.” 1 สิงหาคม 2555, จาก http://www.northnfe.net/ed_hilltribe/hilltribe_learn_center.php
- สภาความมั่นคงแห่งชาติ. 2550. นโยบายความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. 2550-2554. 1 สิงหาคม 2555, จาก http://www.nsc.go.th/files/attach_doc/strategy_doc/PolicySecurity50.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. 2532. รายงานวิจัยเรื่องการจัดการประถมศึกษาการเพื่อปวงชนสำหรับกลุ่มด้อยโอกาสในชนบทห่างไกลในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). รายงานการวิจัยเรื่องนโยบายและการจัดการศึกษาสำหรับชาวเขาในประเทศไทย. (ม.ป.ป.).

**การพัฒนาระบบการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัคร
ประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นในระบบการแพทย์ฉุกเฉินของประเทศไทย
MODEL DEVELOPMENTAL TO EDUCATIONAL ADMINISTRATION FOR
FIRST RESPONDER IN EMERGENCY MEDICAL SERVICE OF THAILAND**

เสกสรรค์ วิมานโรจน์

มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1.ศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพปัญหาการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นในระบบการแพทย์ฉุกเฉิน และ 2.พัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับบุคลากรดังกล่าว ของประเทศไทย โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีเชิงระบบ ของ Ludwig Von Bertalanffy ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต และสิ่งแวดล้อม มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษา โดยการสอบถามผู้รับผิดชอบงานด้านการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้น จากสำนักงานระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉินประจำจังหวัด และหัวหน้าศูนย์รับแจ้งเหตุและสั่งการประจำจังหวัด ทั่วประเทศ จำนวน 154 คน ได้รับแบบสอบถามกลับมา จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 94.81 นำผลที่ได้มาสังเคราะห์เป็นรูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้น และนำไปตรวจสอบยืนยันรูปแบบโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการศึกษาในระบบการแพทย์ฉุกเฉิน จากจังหวัดที่มีผลการพัฒนาระบบการแพทย์ฉุกเฉินดีเด่น ระดับประเทศ 3 จังหวัด ได้แก่ ราชบุรี ชลบุรี และสุพรรณบุรี จากนั้นนำรูปแบบที่ได้จากขั้นตอนการสัมภาษณ์ไป ตรวจสอบยืนยันรูปแบบโดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 11 ท่าน เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษา เหมาะสม และเป็นไปได้

ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้น ควรเป็นรูปแบบผสมผสานระหว่างองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ วิทยากรผู้เข้ารับการอบรม ทรัพยากรทางกายภาพ ได้แก่ อาคารและวัสดุสำหรับการจัดการศึกษา ทรัพยากรการเงิน และระบบสารสนเทศ 2) กระบวนการประกอบด้วย กระบวนการเรียนการสอน กระบวนการบริการ และกระบวนการบริหาร 3) ผลผลิต และ 4) สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า สภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาของการจัดการศึกษา ที่ควรพัฒนารูปแบบเพิ่มเติม ประกอบด้วย 1)การกำหนดจำนวนผู้เข้าอบรมต่อรุ่น 2)ความเพียงพอของเอกสารสำหรับการศึกษาค้นคว้า 3) การสนับสนุนงบประมาณอย่างเพียงพอ 4) การสนับสนุนงบประมาณอย่างทันเวลา 5) การจัดเก็บข้อมูลของวิทยากรผู้สอน 6) การจัดทำรายวิชาการฝึกปฏิบัติการด้านช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉิน 7) การจัดทำแผนการสอน 8) การประเมินผลการสอนของวิทยากร 9) การบันทึกข้อมูลในการให้คำปรึกษา 10) การกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนการเรียนการสอน 11) การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร 12) การติดตามผลการปฏิบัติงานของผู้สำเร็จการศึกษาและ 13) การจัดทำแผนการจัดการศึกษา โดยกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ทั้งนี้รูปแบบการจัดการศึกษาซึ่งประกอบด้วย 13องค์ประกอบจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถจัดระบบการจัดการศึกษาโดยสอดคล้องกับสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาที่เป็นอยู่ โดยจัดการศึกษาในอนาคต ควรจัดการศึกษาโดยการผสมผสานระหว่างองค์ประกอบทั้ง13องค์ประกอบที่พัฒนาขึ้น และ องค์ประกอบเดิมซึ่งปฏิบัติได้เหมาะสมแล้ว และดำเนินการในรูปแบบของ“ศูนย์การเรียนรู้สำหรับอาสาสมัครฉุกเฉินการแพทย์ชุมชน เพื่อให้การช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉิน กลุ่มเสี่ยงในการเจ็บป่วยฉุกเฉิน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยการสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” เพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างความมั่นใจด้านการบริการการแพทย์ฉุกเฉินแก่นักท่องเที่ยว จากการเปิดเสรีของประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ.2558

คำสำคัญ : รูปแบบการจัดการศึกษา อาสาสมัคร ระบบการแพทย์ฉุกเฉิน

ABSTRACT

The objectives of this research was to study the condition of the present situation and the problem situation of education provision for volunteer in emergency medical system, Thailand and developing a for First responder in emergency medical system, Thailand by adapting Ludwig Von Bertalanffy's system theory concept, which is composed of input, process, output and environment, to develop this education provision model, the National Educational Act B.E. 2542 and Emergency Medical service Act B.E 2551. The research process used in the study comprised 4 procedures which are (1) compilation and analysis of related documents; (2) Studying present situation and problem situation of Education administration to first responder in emergency medical service, Thailand by made a questionnaire for 77 Administrators at Emergency Medical service Provincial office and 77 questionnaires for 77 administrators of dispatcher center at Provincial hospital (3) Data analysis by using the descriptive statistic and application of the result of analysis a draft of model educational administration: and (4) Study of the suitable and feasibility model by in-depth interview and organizing a seminar between eminent persons.

The result of this research show that the adequacy of supporting for research First Responder in Emergency Medical Service, Thailand is mixture with 5 components such as input, process, output and environment and strengthen with the activities between 1) the number of students per 1 class of training, 2) management for the document and textbook for student, 3) the adequacy of budget supporting, 4) budget supporting on time 5) management information system of instructor, 6) subject for training skill in emergency medical service, 7) Instructional evaluation 8) evaluation of the efficiency teaching by student, 9) Documentation of information consultation 10) objective setting for management plan 11) Performance evaluation 12) performance evaluation for graduates 13) setting education plan and budget plan by local administration organization.

Furthermore, A model which including 13 components will help administrator for management the system of education administration by relating with present situation and present problem and in the future the administrator should integrate 13 components that was developed with the present component that is performed

and planning for establish the learning center for community learning in emergency medical service by supporting of local organization administration and preparation for ASEAN community in B.E. 2558

KEYWORDS : Development of Model / Education Povision Emergency Medical Service / First Responder

1. บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) ได้ให้ความหมายของการศึกษาไว้ว่า เป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคมโดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลง ความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ขึ้นเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม การเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

การจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นในระบบการแพทย์ฉุกเฉินใช้การฝึกอบรมเป็นกระบวนการหลัก โดยดำเนินการตามเจตนารมณ์ของ พรบ.การแพทย์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2551 มาตราที่ 11(6) กำหนดให้ คณะกรรมการการแพทย์ฉุกเฉิน มีอำนาจหน้าที่ในการออกข้อบังคับเกี่ยวกับการรับรององค์กรและหลักสูตรการศึกษาหรือการฝึกอบรมผู้ปฏิบัติการ และการให้ประกาศนียบัตรหรือเครื่องหมาย วิทยฐานะแก่ผู้ผ่านการศึกษาหรือการศึกษาและมาตราที่ 15 (5) กำหนดให้ สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ ให้มีการจัดการศึกษาและการฝึกอบรมการปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการแพทย์ฉุกเฉิน

การแพทย์ฉุกเฉิน ตามความหมายในพระราชบัญญัติการแพทย์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2551 หมายถึง การปฏิบัติการ การศึกษา การฝึกอบรม การค้นคว้า และการวิจัยเกี่ยวกับการประเมินการจัดการ การบำบัดรักษา ผู้ป่วยฉุกเฉิน และการป้องกันการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นฉุกเฉิน ทั้งนี้การปฏิบัติการฉุกเฉินมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อ “ทำให้ผู้ป่วยฉุกเฉินได้รับการคุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงระบบการแพทย์ฉุกเฉินอย่างทั่วถึง เท่าเทียม มีคุณภาพมาตรฐาน โดยได้รับการช่วยเหลือและรักษาพยาบาลที่มีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์มากขึ้น

การปฏิบัติการฉุกเฉิน ประกอบด้วย 6 ระยะ คือ (1) การเจ็บป่วยฉุกเฉินและการพบเหตุ (2) การแจ้งเหตุขอความช่วยเหลือ (3)การออกปฏิบัติงานของหน่วยบริการการแพทย์ฉุกเฉิน (4) การรักษาพยาบาล ณ จุดเกิดเหตุ (5) การลำเลียงและการขนย้ายผู้ป่วย และ (6) การนำส่งสถานพยาบาล ทั้งนี้การเจ็บป่วยฉุกเฉินเป็นสาเหตุอันดับหนึ่งของการเสียชีวิตในเกือบทุกประเทศทั่วโลก ตั้งแต่การป่วยฉุกเฉินด้วยโรคต่าง ๆ เช่น โรคหัวใจ รวมทั้งการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ อุบัติภัย ภัยพิบัติ และการได้รับพิษ หากมีระบบบริการการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยรักษาชีวิตผู้เจ็บป่วยฉุกเฉินดังกล่าวได้ถึงประมาณร้อยละ 15 – 20 หรือประมาณปีละ 9,000-12,000 คน (แผนหลักการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ, 2553)

การดำเนินการช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉินของอาสาสมัครในประเทศไทยนั้น เกิดขึ้นมานานแล้ว โดยมีลักษณะเป็นการช่วยเหลือเชิงสงเคราะห์ ดังเช่นการช่วยเหลือของอาสาสมัครในมูลนิธิ การช่วยเหลือของเพื่อนที่เจ็บป่วย แต่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าทำให้ผู้เจ็บป่วยฉุกเฉินเกิดความพิการและการสูญเสียชีวิตโดยไม่เป็นการสมควร (สมชาย กาญจนสุต 2548: 1) ทำให้ภาครัฐได้พัฒนาอาสาสมัครฉุกเฉินด้วยการแพทย์สมัยใหม่ เช่นเดียวกับต่างประเทศ โดยกระทรวงสาธารณสุขกำหนดให้ระบบการแพทย์ฉุกเฉินเป็นนโยบายของกระทรวง และมีสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ เป็นผู้รับผิดชอบ หลังจากประกาศใช้พระราชบัญญัติการแพทย์ฉุกเฉิน

แห่งชาติ พ.ศ. 2551 พร้อมทั้งจัดทำแผนหลักการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ ปี 2553 – 2555 เสนอผ่านการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบการแพทย์ฉุกเฉินของประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินการยังอยู่ในระยะเริ่มต้น และต้องการองค์ความรู้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อีกเป็นจำนวนมากผู้วิจัย จึงได้ทำการวิจัยเพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาด้านการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นในระบบการแพทย์ฉุกเฉิน พร้อมทั้งเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับบุคลากรดังกล่าวให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม ต่อไป

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ผู้วิจัยนำแนวคิดและหลักการที่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาของการจัดการศึกษา ๑ ประกอบด้วย แนวคิดด้านการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นในระบบการแพทย์ฉุกเฉิน การพัฒนารูปแบบ ทฤษฎีระบบทั่วไปและการประยุกต์ใช้ทฤษฎีระบบทั่วไปในการจัดการศึกษา และแนวคิดด้านการพัฒนาระบบการแพทย์ฉุกเฉิน มาเป็นฐานความรู้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและกำกักรูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้น

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ในการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นในระบบการแพทย์ฉุกเฉิน ของประเทศไทย

3.2. พัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการเบื้องต้นในระบบการแพทย์ฉุกเฉินของประเทศไทย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1. ขั้นตอนทางการศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ สาระ แนวคิด ทฤษฎี เป็นการศึกษาค้นคว้าบริบททางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัยเพื่อถ่วงถ่วงให้เป็นอย่างองค์ความรู้และกำหนดเป็นกรอบความคิดสำหรับการวิจัย

4.2. ขั้นตอนการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ของการจัดการศึกษา เป็นการนำผลที่ได้จากการศึกษาขั้นตอนที่ 1 มากำหนดเป็นหัวข้อในการศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาของการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครฯ โดยการใช้แบบสอบถามการวิจัย

4.3. สังเคราะห์รูปแบบที่พึงประสงค์ในการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นในระบบการแพทย์ฉุกเฉิน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สังเคราะห์ได้จากขั้นตอนที่ 1 กับผลสรุปการศึกษาสภาพที่สังเคราะห์ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาประยุกต์ใช้ในการสร้างรูปแบบการจัดการศึกษา ฉบับร่างที่ 1 ประกอบด้วย 1) ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรกายภาพ ทรัพยากรการเงิน ระบบสารสนเทศ 2) กระบวนการจัดการศึกษา ได้แก่ กระบวนการเรียนการสอน กระบวนการให้คำปรึกษา กระบวนการบริหาร 3) ผลผลิตจากการจัดการศึกษา ได้แก่ ผลผลิตด้านผู้สำเร็จการศึกษา และ 4) สิ่งแวดล้อมจากการจัดการศึกษา ได้แก่ การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการศึกษา

4.4 ตรวจสอบยืนยันร่างรูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้น โดยการ 1)การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการศึกษาจำนวน 6 คนจากจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นจังหวัดที่มีผลการพัฒนาระบบการแพทย์ฉุกเฉินดีเด่น จากสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ จำนวน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดราชบุรี จังหวัดยะลา และจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ความเป็นไปได้ขององค์ประกอบของรูปแบบ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อตีความและสรุปผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และจัดทำร่างการจัดการศึกษา ฉบับที่ 2 เพื่อเสนอผู้เชี่ยวชาญในการประชุมสัมมนา ต่อไป 2)การประชุมสัมมนา ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 คน เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของร่างรูปแบบการจัดการศึกษา ฉบับที่ 2 โดยร่วมกันอภิปรายเสนอแนะแนวในการนำรูปแบบไปใช้ และเงื่อนไขหรือข้อจำกัดของรูปแบบ จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมา ประมวลผลและปรับปรุงร่างรูปแบบการจัดการศึกษา เป็นร่างรูปแบบการจัดการศึกษา ฉบับที่ 3 ต่อไป

5. สรุปผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันโดยภาพรวมของการจัดการศึกษา พบว่ามีระดับการ ปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$, S.D.= 0.76) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง การจัดทำแผนการจัดการศึกษาโดยกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x} = 2.64$, S.D.= 0.86) รองลงมาได้แก่ การบริการการศึกษา ($\bar{x} = 3.00$, S.D.= 0.74) และ ด้านการควบคุม ($\bar{x} = 3.15$, S.D.= 0.75)

2. สภาพปัญหาในการจัดการศึกษา พบว่าโดยภาพรวม มีสภาพปัญหาในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.81$, S.D.= 0.81) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านมีสภาพปัญหาในระดับปานกลางโดย ด้านการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอและทันเวลา มีสภาพปัญหา มากที่สุด ($\bar{x} = 3.28$, S.D.= 0.87) รองลงมาได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการจัดทำแผนการจัดการศึกษาโดยกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีแผนงบประมาณด้านการจัดการการศึกษา ($\bar{x} = 3.20$, S.D.= 0.76) และทรัพยากรกายภาพ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ($\bar{x} = 2.97$, S.D.= 0.83)

3. การคัดเลือกสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาในการจัดการศึกษาพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหา โดยเรียงลำดับของสภาพปัจจุบัน จากน้อยไปหามากและสภาพปัญหาจากมากไปหาน้อย และคัดเลือกสภาพปัจจุบัน และสภาพปัญหาที่ได้ค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับหนึ่งถึงสามของแต่ละด้าน เพื่อคัดเลือกเป็นสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาและนำไปพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาฯ ซึ่งสามารถสรุปผลการพิจารณาได้ ดังนี้

- 1) ความเหมาะสมของจำนวนผู้เข้ารับการอบรมในแต่ละรุ่น
- 2) ความเพียงพอของเอกสารสำหรับการศึกษาค้นคว้า
- 3) การสนับสนุนงบประมาณอย่างเพียงพอ
- 4) การสนับสนุนงบประมาณอย่างทันเวลา
- 5) การจัดเก็บข้อมูลของวิทยากรผู้สอน อย่างเป็นระบบ
- 6) การจัดทำรายวิชาด้านการฝึกปฏิบัติการด้านช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉิน
- 7) การจัดทำแผนการสอนและนำมาใช้
- 8) การประเมินผลการสอนของวิทยากร
- 9) มีการบันทึกข้อมูลในการให้คำปรึกษา
- 10) การกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนจัดการศึกษา
- 11) การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร
- 12) การติดตามผลการปฏิบัติงานของผู้สำเร็จการศึกษาและ
- 13) การทำแผนการจัดการศึกษาโดยกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. การตรวจสอบยืนยันร่างรูปแบบโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก และการประชุมสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ พบว่าผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นสอดคล้องกับร่างรูปแบบการจัดการศึกษาที่ประกอบด้วยองค์ประกอบทั้ง 13 ด้าน โดยเสนอให้ผสมผสานกับการจัดการศึกษาที่ได้ดำเนินการอยู่เดิม โดยรูปแบบการจัดการศึกษาฯ ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย

4.1) ปัจจัยนำเข้าประกอบด้วย 1)ทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ วิทยากร ควรสำเร็จการศึกษาแพทยศาสตร์หรือพยาบาลวิชาชีพและผ่านการอบรมหลักสูตรวิทยากรด้านการจัดการเรียนการสอน และผู้เรียนควรสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นขึ้นไป และเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติการฉุกเฉิน 2)ทรัพยากรกายภาพ ได้แก่ อาคาร และวัสดุสำหรับการจัดการเรียนการสอนโดยจัดการเรียนการสอนที่โรงพยาบาลประจำจังหวัดเป็นหลัก 3) ทรัพยากรการเงิน ได้แก่ การจัดสรรงบประมาณโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเพียงพอ และทันเวลา และ 4) มีการจัดการระบบสารสนเทศด้านฐานข้อมูลของวิทยากร และผู้เรียน แบบระบบออนไลน์ที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้

4.2) กระบวนการ ประกอบด้วย 1)กระบวนการจัดการเรียนการสอน โดยทำหลักสูตรหลักระดับชาติ และท้องถิ่น และมีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบการพบกลุ่ม และแบบทางไกล ในรายวิชาด้านทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติการฉุกเฉิน 2) มีกระบวนการให้คำปรึกษาแก่ผู้เรียนในระหว่างการจัดการศึกษาและหลังจากสำเร็จการศึกษา 3) กระบวนการบริหาร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุมโดยสำนักงานระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉินประจำจังหวัดดำเนินการด้านการบริหารจัดการทั่วไป ส่วนศูนย์รับแจ้งเหตุและสั่งการดำเนินการด้านการบริหารวิชาการ

4.3) ผลผลิต ได้แก่ ผู้สำเร็จการศึกษาที่มีคุณสมบัติด้านความรู้ เจตคติ และทักษะในการปฏิบัติการแพทย์ฉุกเฉินอย่างเหมาะสมและสามารถสอบผ่านการทดสอบความรู้ เจตคติและทักษะในการปฏิบัติการฉุกเฉินขององค์กรวิชาชีพด้านการแพทย์ฉุกเฉิน

4.4) สิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจัดทำแผนการจัดการศึกษาและแผนงบประมาณสำหรับการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้น โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ทั้งนี้เสนอแนะจัดการศึกษาโดยเน้นหนักในองค์ประกอบ 13 ด้านข้างต้น เพื่อพัฒนาเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์ฉุกเฉินชุมชน โดยการสนับสนุนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเตรียมความพร้อมในการเปิดเสรีอาเซียน ปี พ.ศ.2558 ต่อไป

6. อภิปรายผล

สภาพปัจจุบันของจัดการศึกษา พบว่า องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า กระบวนการจัดการศึกษา ผลผลิต และสิ่งแวดล้อมในการจัดการศึกษา อยู่ในระดับปานกลางอาจเนื่องจาก ผู้รับผิดชอบงานการจัดการศึกษา จากสำนักงานระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉินประจำจังหวัด และศูนย์รับแจ้งเหตุและสั่งการ ประจำโรงพยาบาลทั่วไป ประจำจังหวัด ยังขาดความเข้าใจ และความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นจึงทำให้มีสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาในระดับปานกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านองค์ประกอบ 13 ด้าน ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งสามารถอภิปรายเหตุผลประกอบ ในส่วนของสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาที่ค่าเฉลี่ยสูงได้ดังนี้

1) สภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาของการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติกรณฉุกเฉินเบื้องต้น ด้านการกำหนดจำนวนผู้เข้ารับการศึกษาในแต่ละรุ่น การจัดระบบเอกสารสำหรับการศึกษาค้นคว้าของผู้เข้ารับการอบรม การสนับสนุนงบประมาณสำหรับการจัดการศึกษา การจัดทำรายวิชาด้านการฝึกปฏิบัติการช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉิน วิธีสอนด้านการจัดทำแผนการสอน การวัดผลการประเมินผลการสอนของวิทยากร การบริการการศึกษาด้านการบันทึกข้อมูลการให้คำปรึกษา การวางแผนด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ของการทำแผนการศึกษา การจัดองค์กรด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร การนำด้านกระบวนการมุ่งใจในการปฏิบัติงาน การควบคุม ด้านการนำผลงานมาเปรียบเทียบกับมาตรฐานการจัดการการศึกษา องค์กรประกอบด้านผลผลิต ด้านการติดตามผลการปฏิบัติงานของผู้สำเร็จการศึกษามีสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการศึกษาโดยกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีระดับสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ดังนี้

2) เนื่องจากการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติกรณฉุกเฉินเบื้องต้น มีทีมงานหลักของผู้รับผิดชอบงานในระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉินทั้งในสำนักงานระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉิน และศูนย์รับแจ้งเหตุและสั่งการ การปฏิบัติงานแต่ละครั้งอาจต้องเสียเวลาส่วนตัวไปปฏิบัติงาน รวมทั้งไม่มีระบบการสร้างความแรงใจในการพิจารณาความดีความชอบจากผู้บังคับบัญชา ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงอาจสรุปได้ว่า ผู้จัดการศึกษาส่วนใหญ่จึงปฏิบัติงานด้านนี้ในระดับปานกลาง โดยดำเนินการหลังจากเสร็จสิ้นภารกิจหลักแล้ว ซึ่งแตกต่างจาก (Luthans 1981) ที่กล่าวว่า ผู้บริหารจะต้องทำการจูงใจให้คนทุ่มเทแรงกายและแรงใจอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามอุดมการณ์ขององค์กรที่ตั้งไว้

3) ขาดการควบคุมในส่วนของปัจจัยนำเข้าสำหรับการจัดการศึกษา ในเรื่องดังกล่าว วิทยากร ต่อ ผู้เข้ารับการศึกษา ให้เป็นไปตามมาตรฐานของคู่มือวิทยากรหลักสูตรผู้ปฏิบัติกรณฉุกเฉินเบื้องต้น (2555: 14) ซึ่งแตกต่างกับ เกณฑ์ว่าด้วยการขอเปิดดำเนินการหลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต (2554: 2) ที่ได้กำหนดหลักการการรับนักศึกษาโดยให้กำหนดจำนวนนักศึกษาที่จะรับได้ในแต่ละปีการศึกษา โดยจำนวนที่รับจะต้องสอดคล้องกับกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และแนวทางปฏิบัติ (2552: 37) ที่กำหนดสัดส่วนของอาจารย์ต่อนักศึกษาในสาขา/วิชา เพื่อแสดงข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพในการจัดการเรียนการสอน รวมทั้ง Robbin (2005: 5-6) การควบคุมเป็นกระบวนการกำกับติดตาม การดำเนินงานให้เป็นไปตามอุดมการณ์ที่องค์กรคาดหวังไว้

4) การสนับสนุนงบประมาณ มีสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาในการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากแหล่งฝึกอบรมบางแห่งได้รับงบประมาณไม่เพียงพอและทันเวลา ทั้งนี้เพราะขาดการทำแผนงบประมาณที่ระบุแหล่ง งบประมาณสำหรับการจัดการศึกษาอย่างชัดเจน ซึ่งแตกต่างระเบียบว่าด้วยการบริหารงบประมาณ พ.ศ. 2548 ที่จัดทำโดยสำนักงบประมาณซึ่งกำหนดให้ การบริหารงบประมาณ ประกอบด้วยแผนการจัดการศึกษา และแผนการใช้จ่ายงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณรายจ่าย การใช้รายจ่ายจากงบประมาณรายจ่าย และการโอนแปลงงบประมาณรายจ่าย เพื่อให้มีงบประมาณสำหรับการดำเนินการดังกล่าวอย่างเพียงพอและทันเวลาและทองอินทร์ วงศ์โสธร (2547: 162) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ทรัพยากรการเงินเป็นหนึ่งในปัจจัยนำเข้าในการบริหารจัดการศึกษาและ ชีระ รุญเจริญ (2550: 112) ที่กล่าวว่า ผู้บริหารศึกษามีอาชีพควรมีคุณความรอบรู้ด้านการบริหารงบประมาณ

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินในระดับอื่น

7.2 ควรมีการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับอาสาสมัครประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นของประเทศไทย และประเทศอื่นๆ เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากผู้ตอบแบบสอบถามจากสำนักงานระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉินประจำจังหวัดและศูนย์รับแจ้งเหตุและสั่งการประจำจังหวัด รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อคิดเห็นในการสัมภาษณ์เจาะลึกและการประชุมสัมมนา ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

9. รายการอ้างอิง

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2542. พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร :

พริกหวานกราฟฟิค

ทองอินทร์ วงศ์โสธร. 2547. ประสบการณ์วิชาชีพบริหารการศึกษา. เอกสารการสอนชุด. วิชา

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมดา.

ธงชัย สันติวงษ์. 2539. องค์การและการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช

ธีระ รุณจิระ. 2550. ความเป็นมืออาชีพในการจัดและการบริหารการศึกษา ยุคปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพมหานคร.

สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง

สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ. 2555. คู่มือวิทยากรหลักสูตรผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 1

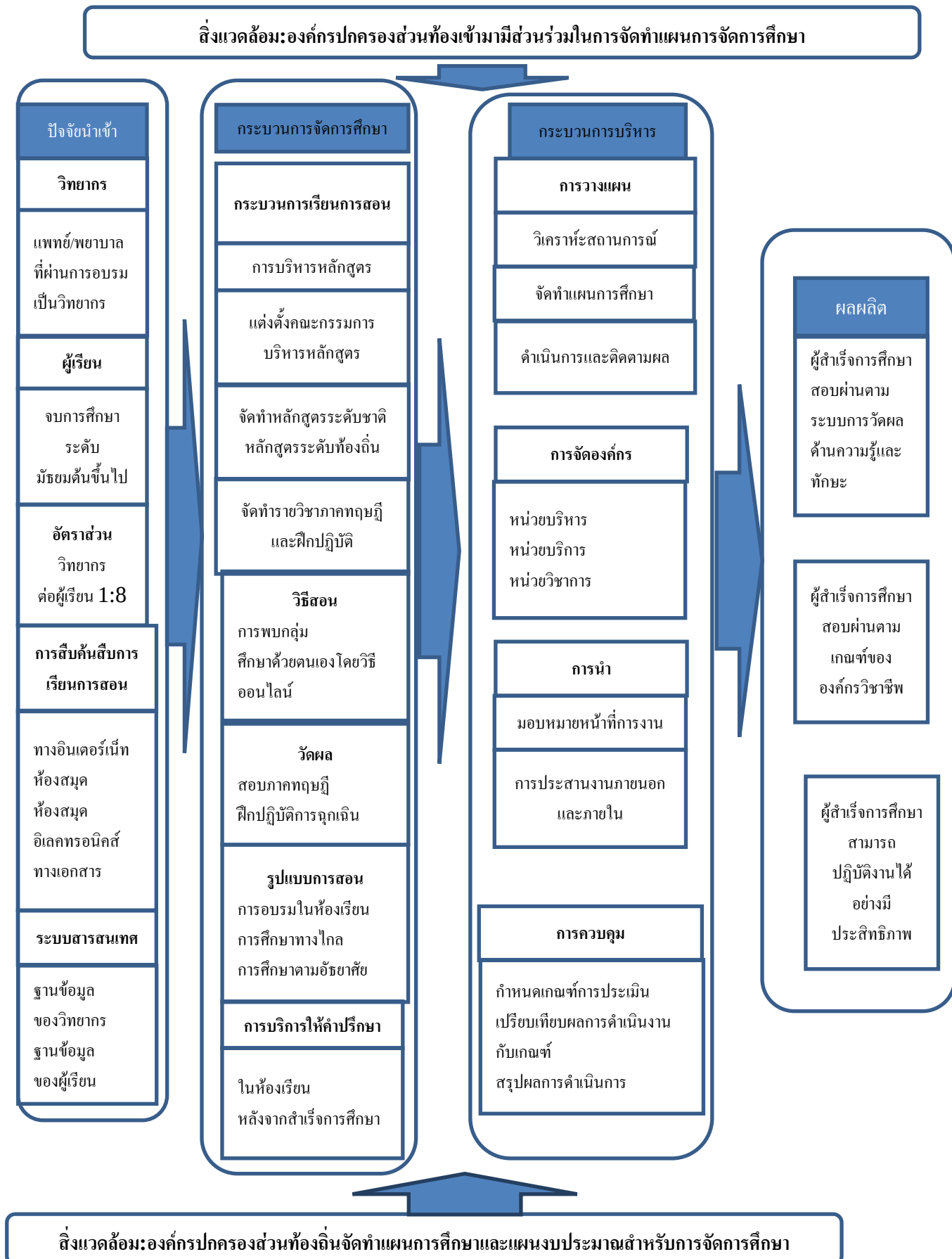
สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ. 2553. มาตรฐานและหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการแพทย์ฉุกเฉิน. พิมพ์ครั้งที่ 1

สมคิด บางโม. 2545. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.

Luthans. 1981. **Organization Behavior**. Auckland : McGraw-Hill, .

Robbins, Stephen P. and Couter. 1996., Mary. **Management**. New Jerrey : Prentice Hall,.

รูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับอาสาศึกษาประเภทผู้ปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้น
ในระบบการแพทย์ฉุกเฉินของประเทศไทย



รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาส DISADVANTAGED CHILDREN SCHOOL ADMINISTRATION MODEL

ปกรณกิตติ ม่วงประสิทธิ์

รองผู้อำนวยการโรงเรียนวชิรวิทย์ ฝ่ายประถม จังหวัดเชียงใหม่

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาภาวะผู้นำทางการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสและพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสกลุ่มเป้าหมายคือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการเลขาธิการคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ อธิบดีกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น นายกเทศมนตรีเทศบาล ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ผู้อำนวยการสำนักงานการศึกษาพิเศษ ผู้บริหารสถานศึกษาในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบนผู้บริหาร และ ครู เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต ประกอบการสอบถาม การอภิปรายกลุ่มเฉพาะการทำ SWOT Analysisและการทำประชาพิจารณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาผลการวิจัยปรากฏดังนี้

1. การบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร บราซิล ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย มีกฎหมายรองรับการจัดการศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาส มีอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก มีรัฐธรรมนูญแห่งรัฐ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริการการศึกษาแก่เด็กทุกคนเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับเด็ก เพื่อพัฒนาความมั่นคงของมนุษย์ ส่งเสริมการเรียนรู้ซึ่งกันและกันใช้ชีวิตร่วมกันได้ของเด็กต่างวัฒนธรรม และเพื่อความมั่นคงของชาติเป็นประเด็นสำคัญ

2. การบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไปมีปัญหาคือสถานศึกษาไม่คำนึงถึงเด็กด้อยโอกาสจัดการศึกษาเป็นแบบเดียวกัน ซึ่งทำให้เด็กด้อยโอกาสมีปัญหาในการเรียนและก่อให้เกิดปัญหาในสังคมเพราะยังไม่มียุทธศาสตร์หรือมาตรการจากหน่วยงานต้นสังกัดที่ชัดเจน

3. รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสคือ “PEACE Model”ซึ่งให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการดำเนินกิจกรรมของสถานศึกษา (Participation) ให้ความสำคัญกับสถานการณ์ทางการเมืองที่เน้นความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองและความเข้าใจอันดีต่อกัน (Politics) ให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายเฉพาะที่ชัดเจนสำหรับเด็กด้อยโอกาสมีหลายประเภทและมีผลต่อความสงบเรียบร้อยของสังคม (Policy) ให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงเศรษฐศาสตร์เนื่องจากมีผลกระทบต่อแรงงานของประเทศไทย (Economics) ให้ความสำคัญกับการจูงใจให้บุคลากรเสียสละกำลังกายกำลังใจเพื่อการทำงาน (Empowerment) ให้ความสำคัญกับวิชาการเพื่อให้มีความรู้ตรงตามหลักสูตร (Academic) ให้ความสำคัญกับการ

เป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาคือ มีความเป็นอิสระ คล่องตัวและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม (Autonomous) การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกันเพื่อการผสมผสานทางวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข (Culture) ให้ความสำคัญกับการปลูกฝังให้เป็นพลเมืองหรือเป็นสมาชิกที่ดีของประเทศไทย (Citizenship) ให้ความสำคัญกับการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมตามหลักศาสนาเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข (Ethics)

คำสำคัญ : รูปแบบ เด็กด้อยโอกาส การบริหารจัดการ

ABSTRACTS

The objectives of this research were to study the school administration for in disadvantaged children in Thailand from the question, observation and interview. The samples included of Minister of Education, the Secretary-General Office of the Basic Education Commission, Permanent Secretary Ministry of Education, Director Department of Local Administration, Mayor, Directors of Educational Service Area Offices, Bureau of Education, School principals and teachers. The data was collected by in-depth interview, observation and question, and focus group discussion. Analyzing of data was by frequency, the percentage, and standard deviation by using SWOT analysis. The results of this research were as follows.

1. The condition of disadvantaged children school administration in Thailand, the United states, United Kingdom, Brazil, The Philippines and Australia have the laws about the administration for supporting them. The convention on the right of the child, constitution of the state, and other laws which concerned with the disadvantage children were supported the administration. These following concepts are very important for giving education to the disadvantaged children. First of all, every disadvantaged child can get the opportunity to study. Moreover, it protects them from the happening problems. Then, it is to develop human security and also encourage the relationship between children through education. More than that, they can live in the same society although they are different cultures and the most important of the concepts is for the national security. The condition of the Academic affair, the Finance and Budget, the human resources and other general administrations found that they were in the highest level.

2. The problem of disadvantaged children school administration found that the Ministry of Education and Ministry of Interior have the policy for disadvantaged children be equal with every child to study at least 12 years. Moreover, every child as well as disadvantaged children could study without payment and the Ministry of Education and Ministry of Interior also supported the estimates for them to have a chance for studying. In addition, the measure of Ministry of Education and Ministry of Interior for disadvantaged children school administration was to agree with the Academic affair administration which the Ministry of Interior was to hold on the minister in academic affair administration of the Ministry of Education. In the opposite, the problem about the administration in the school of technical administration, the estimate of human resources, and the general administration didn't consider for the disadvantage children. Because of the Ministry of Education and

Ministry of Interior don't have the policy or measure from the original affiliation clearly enough. Thus, the administration of school gave the educational opportunity about to every child include of disadvantaged children equally.

3. The model of disadvantaged children school administration is "PEACE Model". Firstly, "P: Participation/ Politic", for the word "Participation" refers to the participation of the school administration in Stakeholder and "Politics is to encourage the disadvantage children to live with others in the society. Secondly, "E: Environment/ Economics", the word "Environment" refers to the environmental management suitable for the existence, condition of learning and "Economics" is the condition of economy of students. Thirdly, "C : Career / Culture /Citizen", for the word "career is to support the career for the disadvantage children, "Culture" is the learning different cultures of children then they will be live in the society easily, and the word "Citizen" refers to they have to be the good citizen of the country. Finally, "E: Ethics" refers to encourage the ethics of the disadvantage children.

KEY WORDS : Model Disadvantaged Children Administration

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

สังคมไทยโดยทั่วไป โดยเฉพาะภาคเหนือของประเทศไทยที่เป็นเมืองใหญ่มีปัญหาในเรื่องของเด็กด้อยโอกาสที่มาจากครอบครัวในชุมชนแออัด เด็กที่เกิดจากคนไร้สัญชาติในประเทศไทยและเด็กไร้สัญชาติที่ติดตามพ่อแม่มาจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยต้องรับผิดชอบในการจัดการศึกษาตามสนธิสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ซึ่งเด็กเหล่านั้นมีวิถีชีวิตที่อาจก่อให้เกิดปัญหาสังคมได้ กล่าวคือ หลังจากเลิกเรียนเด็กเหล่านั้นต้องช่วยเหลือพ่อแม่เพื่อหารายได้โดยการขายพวงมาลัย ขายดอกไม้ ฝั่ฟั่ที่จ้อครถ เป็นเด็กเสิร์ฟอาหารตามร้านอาหารในเมือง ไม่มีเวลาทำการบ้าน นอนดึกและมาโรงเรียนสาย ส่วนเด็กที่มาจากครอบครัวคนไร้สัญชาติหลังจากเลิกเรียนไม่สามารถทำการบ้านได้ ใช้เวลาว่างโดยไร้ประโยชน์และอาจก่อให้เกิดปัญหาสังคมได้เช่น การรวมกลุ่มตั้งแก๊งค์กระทำการในทางที่ผิดกฎหมายปัจจุบันประเทศไทยกำลังประสบปัญหาเด็กและเยาวชนมากมาย โดยเฉพาะปัญหาเด็กและเยาวชนที่ถูกปล่อยปละละเลย เด็กกำพร้า เด็กเร่ร่อน แรงงานเด็ก ขอทานเด็ก โสเภณีเด็ก เด็กถูกทำร้าย หรือถูกข่มขืน เด็กไร้สัญชาติ เด็กติดเอดส์ เด็กเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นเด็กที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด ไม่ได้เรียนหนังสือและนับวันจะมีจำนวนมากขึ้น ข้อมูลของศูนย์การศึกษา เพื่อเด็กด้อยโอกาส คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งร่วมมือทำงานกับมูลนิธิและองค์กรเอกชนด้านเด็กมากกว่า 20 องค์กร (สมพงษ์ จิตระดับ สุอังคะวาทิน. 2547) พบว่า ปัญหาเด็กและเยาวชนเพิ่มขึ้นและขยายตัวมากขึ้น เฉพาะเด็กติดยาบ้ามีจำนวน 600,000 คน เด็กถูกละเมิดทางเพศและถูกทำร้ายร่างกายเพิ่มขึ้นร้อยละ 100-150 ทุกปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเด็กด้อยโอกาสในสังคมไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิม (อรุณ จันทวานิช, 2552) กล่าวว่าการศึกษาค้นคว้าข้อมูลปัญหาเด็กด้อยโอกาสร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพบว่า มีสภาพปัญหาที่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่เด็กด้อยโอกาสจะเป็นเด็กที่ครอบครัวมีฐานะยากจน พ่อแม่หย่าร้างหรืออาศัยอยู่กับปู่ย่าตายายทำให้เด็กไม่ได้รับการศึกษาอย่างต่อเนื่องจนสำเร็จการศึกษาและหลายคนต้องออกจากการศึกษา กลางคัน บางคนกลายเป็นเด็กไร้สัญชาติ ทั้งที่เป็นคนไทยเนื่องจากพ่อแม่คลอดลูกออกมาแล้วหนีออกจาก

โรงพยาบาลเพราะไม่มีเงินจ่ายทำให้เด็กไม่มีสมุดบัตรและสถานศึกษาบางแห่งก็ไม่รับเด็กเข้าเรียนเพราะกลัวจะเกิดปัญหาทั้งที่กฎหมายเปิดช่องให้รับเข้าเรียนได้ ซึ่งเมื่อเด็กเหล่านี้รวมตัวกันมาก ๆ ก็อาจก่อให้เกิดปัญหาสังคมต่าง ๆ ตามมาได้อย่างมากมายประกอบกับกฎหมายที่ส่วนกลางกำหนดก็ยังไม่เอื้อต่อการส่งเสริมสนับสนุนและให้โอกาสแก่เด็กด้อยโอกาสอีกทั้งคนทั่วไปก็มักเข้าใจว่าการที่หน่วยงานลงไปดำเนินการใด ๆ ให้แก่เด็กด้อยโอกาสจะต้องเป็นรูปแบบของ การสงเคราะห์และการช่วยเหลือทางการเงินหรือทรัพย์สินดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการที่จะให้การช่วยเหลือดูแลเด็กด้อยโอกาสอย่างต่อเนื่องและทั่วถึงในระยะยาวโดยให้มีโอกาสได้ รับการศึกษาจนสำเร็จและมีงานทำ จนมีศักยภาพสามารถพึ่งตนเองได้ เพื่อให้เด็กด้อยโอกาสได้รับโอกาสทางการศึกษาอย่างเท่าเทียมกับเด็กทั่วไป มีคุณภาพชีวิตและมีความเป็นอยู่ที่ดี สามารถอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างมีสุข มีอาชีพเลี้ยงตนเอง และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาว่าสภาพและปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสในประเทศไทยและต่างประเทศเป็นอย่างไร รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสเป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย มาตรการ และแนวทางในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสให้เป็นอย่างไรต่อไป

เอกสารทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเปิดโอกาสให้เด็กที่ไม่มีสัญชาติไทยมีโอกาสเข้ารับการศึกษาศึกษาในสถานศึกษาของไทย โดยกระทรวงศึกษาธิการประกาศให้รับเด็กที่ไม่มีสัญชาติไทยเข้าศึกษาได้ จากสถิติของกระทรวงศึกษาธิการแสดงว่าเด็กที่ไม่มีสัญชาติไทยซึ่งเข้าศึกษาในโรงเรียนของไทยจำนวนมากที่สุดอยู่ในภาคเหนือรองลงมาคือภาคกลาง กรุงเทพฯ ภาคอีสาน และภาคใต้ ตามลำดับรวมทั้งสิ้น 53,550 คน ซึ่งตัวเลขนี้รวมถึงเด็กชาวเขาหลายกลุ่มที่อยู่ในประเทศไทยซึ่งยังไม่ได้รับสัญชาติไทยจำนวน 24,743 คนด้วย ดังนั้นจึงมีเด็กต่างชาติดังกล่าวที่เรียนอยู่ในโรงเรียนของไทยรวม 28,806 คน และมีอยู่ทุกระดับตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงอุดมศึกษา โดยศึกษาในระดับประถมศึกษาส่วนมากนักเรียนสัญชาติพม่ามีมากที่สุดในระดับประถมศึกษา รองลงมาคือกัมพูชา และลาวปัญหาที่พบในการที่เด็กต่างชาติเข้าศึกษาในโรงเรียนของไทย มีตั้งแต่ปัญหาเอกสารประจำตัว ปัญหาค่าใช้จ่าย ปัญหาการเดินทาง ปัญหาความไม่ต่อเนื่องในการศึกษา และปัญหาการผสมกลมกลืนกับเด็กไทยเด็กต่างชาติที่มีอยู่จำนวนมากในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มในครอบครัวแรงงานไร้ฝีมือ และเด็กอพยพในศูนย์พักพิง เป็นสถานการณ์ที่จำเป็นต้องได้รับความสนใจอย่างจริงจัง แม้ในปัจจุบันมีองค์กรพัฒนาเอกชนหลายหน่วยงานที่ให้ความสนใจและดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับเด็กต่างชาติ โดยให้การสงเคราะห์เบื้องต้นรวมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาเด็กในด้านต่างๆแต่ข้อมูประสิทธิผลไม่ได้ว่านโยบายของรัฐที่มีต่อเด็กเหล่านี้ต้องมีความชัดเจน เพื่อประโยชน์ของเด็กทุกกลุ่มที่อยู่ในประเทศไทย โดยเฉพาะเรื่องการศึกษาซึ่งนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเด็กแล้วยังเป็นการป้องกันเด็กไม่ให้ตกไปอยู่ในสภาวะการณ์ที่ไม่เหมาะสมจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสในประเทศไทย พบว่าการการบริหารจัดการสถานศึกษาในประเทศไทยสำหรับเด็กด้อยโอกาสรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายที่เน้นความมั่นคงของชาติเป็นหลัก โดยเน้นการพัฒนากระบวนการป้องกันประเทศ การสร้างความร่วมมือ ประสานงาน เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นตามแนวชายแดน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสของประเทศไทยและต่างประเทศและเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาส

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้คือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ เลขาธิการคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ อธิบดีกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นนายกเทศมนตรีเทศบาล 4 คน ผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษาในเขตภาคเหนือตอนบน 5 คน หัวหน้าสำนักงานการศึกษาเทศบาล 4 คน พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ 4 คน ผู้บริหารสถานศึกษา 9 คน ครู 45 คน ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูนและเชียงรายซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	แหล่งข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
1.เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสของประเทศไทยและต่างประเทศ	-ศึกษาเอกสาร -สัมภาษณ์เชิงลึก -สังเกต -สอบถาม -ประชุมกลุ่มเฉพาะ	-แบบบันทึกการศึกษาเอกสาร -แบบบันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก -แบบบันทึกการสังเกต -แบบสอบถาม -แบบบันทึกการประชุมกลุ่มเฉพาะ	-สำนักวิทยบริการ ห้องสมุดและระบบ Internet -บุคลากรหลักที่เกี่ยวข้อง -สถานศึกษา	-วิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2.เพื่อศึกษาปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสในประเทศไทย	-สัมภาษณ์เชิงลึก -สังเกต -สอบถาม -ประชุมกลุ่มเฉพาะ	-แบบบันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก -แบบบันทึกการสังเกต -แบบสอบถาม -แบบบันทึกการประชุมกลุ่มเฉพาะ	-บุคลากรหลักที่เกี่ยวข้อง -สถานศึกษา	-วิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3.เพื่อกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาส	-การทำ SWOT Analysis -การทำประชาพิจารณ์	-แบบบันทึกการทำ SWOT Analysis -แบบสอบถามประกอบการทำประชาพิจารณ์	-บุคลากรหลักที่เกี่ยวข้อง -ครูและผู้บริหารของโรงเรียน	-ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. การบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร บราซิล ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย มีกฎหมายที่รองรับการจัดการศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาส ทั้งอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก รัฐธรรมนูญแห่งรัฐ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีแนวคิดในการให้บริการการศึกษาเพื่อให้โอกาสกับเด็กทุกคนได้เรียนเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับเด็ก เพื่อพัฒนาความมั่นคงของมนุษย์ ส่งเสริมการเรียนรู้ซึ่งกันและกันเพื่อการใช้ชีวิตร่วมกันได้ของเด็กต่างวัฒนธรรม และเพื่อความมั่นคงของชาติเป็นประเด็นสำคัญ
2. ปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไปสถานศึกษาไม่ได้คำนึงถึงเด็กด้อยโอกาสเพราะยังไม่มียุทธศาสตร์หรือมาตรการจากหน่วยงานต้นสังกัดอย่างชัดเจนจึงทำให้สถานศึกษาดำเนินการจัดการศึกษาให้นักเรียนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน
3. จากการศึกษาสภาพและปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสสรุปได้ว่ารูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสคือ “PEACE Model”

การอภิปรายผล

1. การบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร บราซิล ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย มีกฎหมายที่รองรับการจัดการศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาส ทั้งอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก รัฐธรรมนูญแห่งรัฐ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีแนวคิดในการให้บริการการศึกษาเพื่อให้โอกาสกับเด็กทุกคนได้เรียนเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับเด็ก เพื่อพัฒนาความมั่นคงของมนุษย์ ส่งเสริมการเรียนรู้ซึ่งกันและกันเพื่อการใช้ชีวิตร่วมกันได้ของเด็กต่างวัฒนธรรม และเพื่อความมั่นคงของชาติเป็นประเด็นสำคัญซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์เด็กด้อยโอกาส (2551) ที่กล่าวว่าจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดในการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับคนไร้สัญชาติจำเป็นต้องมีความเข้าใจและมีแนวคิดที่ถูกต้อง (Right View, Right Concept) รวมถึงมีความชัดเจนในเชิงนโยบายด้านความมั่นคงในความเป็นมนุษย์และความมั่นคงของชาติ
2. ปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไปสถานศึกษาไม่ได้คำนึงถึงเด็กด้อยโอกาสเพราะยังไม่มียุทธศาสตร์หรือมาตรการจากหน่วยงานต้นสังกัดอย่างชัดเจนจึงทำให้สถานศึกษาดำเนินการจัดการศึกษาให้นักเรียนทุกคนอย่างเท่าเทียมกันซึ่งสอดคล้องกับ เกลิมทอง ขุนทองเพชรและคณะ (2551) กล่าวว่าข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ด้อยโอกาสของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ได้เชื่อมโยงกันและไม่เป็นปัจจุบันทำให้การช่วยเหลือไม่ต่อเนื่องและไม่เป็นระบบ องค์กรเครือข่ายในท้องถิ่นไม่มีผู้รับผิดชอบต่อผู้ด้อยโอกาสโดยตรง
3. รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสคือ “PEACE Model” ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อยดังนี้

3.1 การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการดำเนินกิจกรรมของสถานศึกษา (Participation) ซึ่งสอดคล้องกับ เกลิมทอง ขุนทองเพชรและคณะ (2551) ที่กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการมีส่วนร่วมขององค์กรเครือข่ายในการพัฒนาการศึกษา การดูแลและการให้ความช่วยเหลือ รวมทั้งการให้บริการต่างๆ แก่ผู้ด้อยโอกาสอย่างเป็นระบบที่เหมาะสมกับเขตพื้นที่การศึกษา โดยยึดหลักความเสมอภาคและ

สัมพันธ์ที่ใกล้ชิด โดยจัดให้มีศูนย์ประสานงานช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส เพื่อทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูล จัดให้มีกระบวนการที่จำเป็น การคัดกรอง การรายงานส่งต่อ การติดตามให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสอย่างต่อเนื่อง

3.2 การให้ความสำคัญกับสถานการณ์ทางการเมืองที่เน้นความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองและความเข้าใจอันดีต่อกัน (Politics) ซึ่งสอดคล้องกับบทพจน ศุวรรณฤทธิ์ (2538) ที่กล่าวว่าชาวเขาเป็นชนกลุ่มน้อยที่มีจำนวนมากกว่า 5 แสนคน คนกลุ่มนี้อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลและทุรกันดารและมีการอพยพย้ายถิ่นอยู่เสมอจึงเป็นปัญหาสำคัญในการจัดระเบียบการปกครอง และเป็นจุดอ่อนต่อการถูกแทรกแซงและแสวงประโยชน์จากฝ่ายตรงข้าม ประการที่สามการมีเชื้อชาติ ศาสนา ภาษาวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ การขาดความรู้สึกรักเป็นพลเมืองไทย จึงเป็นจุดอ่อนสำคัญต่อการสร้างความเป็นเอกภาพในชาติ และประการสุดท้าย การประกอบอาชีพและการหาเลี้ยงชีพทั่วไป การทำไร่เลื่อนลอยและการปลูกฝิ่นก่อให้เกิดผลกระทบที่สำคัญต่อการบุกรุกทำลายป่าแหล่งต้นน้ำ ลำธาร ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้การปลูกฝิ่นการค้าขายยาเสพติด ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ความมั่นคงและภาพพจน์ของประเทศไทย

3.3 การให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายเฉพาะที่ชัดเจนเนื่องจากเด็กด้อยโอกาสมีหลายประเภทและมีผลต่อความสงบเรียบร้อยของสังคม (Policy) ซึ่งสอดคล้องกับ จันทนา จันทบรรจงและภานุวัฒน์ กักตึงส์ (2554) กล่าวว่านโยบายของรัฐบาลด้านความมั่นคงและด้านการศึกษาต้องมีการประสานงานกันอย่างใกล้ชิดมากขึ้นและต้องมีขอบเขตและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

3.4 การให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงเศรษฐศาสตร์เนื่องจากมีผลกระทบต่อแรงงานของประเทศไทย (Economics) ซึ่งสอดคล้องกับวาทินีแก้วทับทิม (2554) ที่กล่าวถึงเรื่องผลกระทบจากการจ้างแรงงานข้ามชาติของไทยในยุคพหุวัฒนธรรมว่าเนื่องจากค่าจ้างในประเทศไทยสูงกว่าเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน (ลาวกัมพูชาและพม่า) จึงจูงใจให้แรงงานข้ามชาติโดยเฉพาะแรงงานระดับล่างเข้ามาหางานทำในประเทศไทยส่วนผู้ประกอบการในประเทศไทยย่อมต้องการแรงงานราคาถูกอีกทั้งอยู่ในสภาวะขาดแคลนแรงงานระดับล่างจึงเลือกที่จะจ้างแรงงานข้ามชาติในกระบวนการผลิตที่ไม่ต้องอาศัยทักษะมากนักส่งผลให้แรงงานไทยระดับล่างมีโอกาสได้งานทำน้อยลง

3.5 การให้ความสำคัญกับการจูงใจให้บุคลากรเสียสละกำลังกายกำลังใจเพื่อการทำงาน (Empowerment) ซึ่งสอดคล้องกับรุ่งเรือง สุขภิรมย์ (2554) กล่าวว่าการจัดการศึกษาสำหรับเด็กด้อยโอกาสควรมีการศึกษาทบทวนการผลิตครูและบุคลากรสำหรับการจัดการศึกษาสำหรับผู้ด้อยโอกาสให้เพียงพอต่อความต้องการ และมีการกำหนดให้มีวิทยานิพนธ์ในคณะครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ ที่ผู้จะเป็นครูได้รู้จัก เข้าใจในกลุ่มเด็กที่มีความต้องการพิเศษเป็นเบื้องต้นด้วย

3.6 การให้ความสำคัญกับวิชาการเพื่อให้มีความรู้ทางด้านวิชาการตรงตามหลักสูตร (Academic) สอดคล้องกับ เปรมใจ วังศิริไพศาล (2553) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบและแนวทางการจัดการศึกษาสำหรับเด็กต่างด้าวกรณีศึกษาอำเภอแม่สอดจังหวัดตากซึ่งพบว่าโอกาสและการเข้าถึงการศึกษารูปแบบต่างๆ ของเด็กต่างด้าวในพื้นที่ชายแดน มีส่วนมาจากนโยบายที่เปิดให้เด็กทุกคนเข้าถึงการศึกษาได้ การเตรียมความพร้อมให้เด็กทั้งด้านภาษา หรือด้านเนื้อหา เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้การจัดการศึกษาเด็กต่างด้าวมีประสิทธิภาพ โรงเรียนไทยควรเพิ่มเนื้อหาความรู้ที่เกี่ยวกับท้องถิ่น ตลอดจนสถานการณ์ในพื้นที่ชายแดน ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทักษะอาชีพที่เป็นประโยชน์ทั้งเด็กไทยและต่างด้าวให้ใช้ได้ในชีวิตประจำวันและเป็นอาชีพต่อไป โดยเฉพาะเด็กต่าง

คำที่มีความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอื่น ควรได้รับความรู้ที่ช่วยให้ตระหนักถึงความเสี่ยงและการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดกับตนเอง ซึ่งจะสอดคล้องกับสถานการณ์และความเป็นจริงของเด็ก โดยใช้ภาษาไทยควบคู่ไปกับภาษาแม่ของเด็ก

3.7 การให้ความสำคัญกับการเป็นนิติบุคคลของสถานศึกษาคือ ความเป็นอิสระ คล่องตัวและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม (Autonomous) ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (กระทรวงศึกษาธิการ 2552) ว่าด้วยการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการใหม่ ที่มุ่งเน้นการกระจายอำนาจ ผู้สถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง ชุมชน ภาคเอกชนและทุกภาคส่วน มีระบบการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล มีความโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้

3.8 การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกันเพื่อการผสมผสานทางวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข (Culture) ซึ่งสอดคล้องกับปรเมใจ วังศิริไพศาล (2553) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบและแนวทางการจัดการศึกษาสำหรับเด็กต่างด้าวกรณีศึกษาอำเภอแม่สอดจังหวัดตากซึ่งพบว่าการจัดการศึกษาแบบสองภาษาโดยใช้ภาษาไทยควบคู่ไปกับภาษาแม่ของเด็กจะช่วยให้เด็กต่างด้าวยังคงอัตลักษณ์ทางภาษาและวัฒนธรรมของตนและมีความพร้อมในการเรียนรู้ภาษาไทยเป็นภาษาที่สองการสอนแบบสองภาษายังเป็นประโยชน์ต่อเด็กไทยที่สนใจเรียนรู้ภาษาของประเทศเพื่อนบ้านเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารกับคนจากประเทศเพื่อนบ้านในอนาคต

3.9 การให้ความสำคัญกับการปลูกฝังให้เป็นพลเมืองหรือเป็นสมาชิกที่ดีของประเทศไทย (Citizenship) ทั้งนี้เพื่อความสงบเรียบร้อยภายในสังคม

3.10 การให้ความสำคัญกับการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมตามหลักศาสนาเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข (Ethics) ทั้งนี้เพื่อให้สังคมเกิดความสงบสุข

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะ 2 ประการใหญ่ๆ คือ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ระดับกระทรวง

กระทรวงศึกษาธิการควรมีนโยบายให้นำ “PEACE Model” ไปใช้ในการบริหารจัดการสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยสร้างความเข้าใจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานศึกษา เช่นกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และองค์กรเอกชน ให้ยึดพระราชบัญญัติการศึกษาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อให้การจัดการศึกษาสำหรับเด็กด้อยโอกาสมีประสิทธิภาพ มีความเสมอภาค เทียบเท่ากับนักเรียนปกติ และปลูกฝังความเป็นไทย ความเป็นพลเมืองดี และอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นสุข โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม

1.2 ระดับหน่วยงานเทียบเท่ากรม

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานและกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นควรนำ “PEACE Model” ไปกำหนดเป็นนโยบายในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยกำหนดมาตรการและวิธีการปฏิบัติที่ชัดเจน

1.3 ระดับเขตพื้นที่การศึกษา

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับประสานความร่วมมือในการนิเทศ กำกับ ติดตามการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาส ตามมาตรการและวิธีการที่หน่วยงานระดับกรมกำหนด

1.4 ระดับสถานศึกษา

สถานศึกษาควรบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสโดยใช้ “PEACE Model” ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาที่มีเด็กด้อยโอกาสเข้าศึกษา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้รูปแบบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาสในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความเป็นไปได้ในการนำ “PEACE Model” ไปสู่การปฏิบัติ

2.2 ควรศึกษาเพื่อประเมิน การนำ “PEACE Model” ไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับนับตั้งแต่การกำหนดนโยบายของกระทรวง การกำหนดมาตรการและวิธีดำเนินการนำไปสู่การปฏิบัติได้ในระดับเขตพื้นที่การศึกษาและการนำ “PEACE Model” สู่การปฏิบัติในระดับสถานศึกษา

บรรณานุกรม

- กมลินทร์ พินิจกุล. 2541. รายงานผลการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางและมาตรการในการจัดการศึกษาของเด็กด้อยโอกาส. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- กระทรวงศึกษาธิการ. 2552. 2552 ทศวรรษที่สองของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด
- จิรารัตน์ พันธุ์คำ. 2551. การพัฒนาศักยภาพเด็กเร่ร่อนเพื่อป้องกันการถูกล่อลวงในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะครุศาสตร์. (26-26 พฤศจิกายน 2536). รายงานการสัมมนาทางวิชาการเรื่องการจัดการศึกษาเพื่อเด็กที่อยู่ในสภาวะยากลำบาก. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทนา จันทร์บรรจงและภาณุวัฒน์ ภักดิ์วงศ์. 2554. รายงานการวิจัยเรื่องโครงการนำร่องการจัดการเรียนรู้นอกระบบเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงโอกาสทางการศึกษาของเด็กต่างด้าวที่ไร้สัญชาติ. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- ทิพาภรณ์ โพธิ์ถวิล และ ระพีพรรณคำหอม. 2549. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่ององค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคู่มือและพินัยสิทธิ์ผู้ด้อยโอกาส. เสนอต่อสำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้ด้อยโอกาส กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- ชนะพงษ์ โพธิ์ปิติ. รายงานต่างด้าวไร้ฝีมือจากประเทศพม่า ลาว และกัมพูชาในอนาคต และ ความต้องการแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือสำหรับภาวะสังคมผู้สูงอายุ. (<http://prp.trf.or.th/ContentView.aspx?id=63&page=2:2553>)

- เปรมใจ วังศิริไพศาล. 2553. รายงานการวิจัย การพัฒนารูปแบบและแนวทางการจัดการศึกษาสำหรับเด็กต่างด้าว
กรณีศึกษาอำเภอแม่สอดจังหวัดตาก. กรุงเทพฯ:สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา
กระทรวงศึกษาธิการ.
- พันธุ์ทิพย์ กาญจนะจิตรา สายสุนทร. 2547. สิทธิของชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย : ข้อคิดและทางเลือกนโยบาย
ของรัฐบาลไทย. สืบค้นเมื่อ วันที่ 2 มกราคม 2554: [http://www.archanwell.org/autopage/show_all.php?
t=1&s_id=46&d_id=47](http://www.archanwell.org/autopage/show_all.php?t=1&s_id=46&d_id=47).
- รุ่งเรือง สุขาภิรมย์. 2553. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องการประเมินผลนโยบายการจัดการศึกษาสำหรับเด็กด้อย
โอกาส: การสังเคราะห์ภาพรวมเสนอต่อสำนักเลขาธิการสภาการศึกษา.
- วาทีณี แก้วทับทิม. 2554. ผลกระทบจากการจ้างแรงงานข้ามชาติของไทยภายใต้ยุคพหุวัฒนธรรม. รายงานที่ดีอาร์
ไอ ฉบับที่ 86 เดือนกันยายน 2553 พิมพ์ครั้งที่ 1 เดือนเมษายน 2554.
- สมพงษ์ จิตระดับ, - การศึกษา : กระบวนทัศน์ที่หลงทาง, คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วัฒนธรรมเด็ก
เร่ร่อนในท้องถิ่น, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้ด้อยโอกาส กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2550.
<http://oppp.opp.go.th/pangnga.pdf> : 19 /07/2555
- สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้ด้อยโอกาส. 2549. โครงการศึกษาภาพอนาคตการพัฒนาและคุ้มครองพิทักษ์สิทธิ
ผู้ด้อยโอกาส(พ.ศ. 2551-2555). สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้ด้อยโอกาส กระทรวงการพัฒนาสังคม
และความมั่นคงของมนุษย์ ร่วมกับสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้ด้อยโอกาส. 2549. รายงานวิจัยองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุ้มครองและพิทักษ์
สิทธิผู้ด้อยโอกาส. สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้ด้อยโอกาส กระทรวงการพัฒนาสังคมและความ
มั่นคงของมนุษย์ ร่วมกับคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และคณะสังคม
สงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาแห่งชาติ. นโยบายการจัดการศึกษาสำหรับเด็กด้อยโอกาส. กรุงเทพมหานคร :
บริษัท พรักหวานกราฟฟิค จำกัด, 2548.
- อัญมณี บุณยานนท์. 2551. รายงานสถานการณ์ผู้ด้อยโอกาสและข้อเสนอในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ
ผู้ด้อยโอกาส. สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้ด้อยโอกาส กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของ
มนุษย์ ร่วมกับคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อำรุง จันทวานิช สกศ. ลุยเจาะลึกหาวิธีให้ชีวิตใหม่เด็กด้อยโอกาส [Online]. ([http://news.sanook.com
/education/education_85019.php5/7/2552](http://news.sanook.com/education/education_85019.php5/7/2552))

ภาวะผู้นำในการบริหารการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา

ของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา

LEADERSHIP IN EDUCATION ADMINISTRATOR FOR EDUCATIONAL QUALITY DEVELOPMENT OF ADMINISTRATOR IN SECONDARY SCHOOLS

วารุณี โพธาสินธุ์

คณิณีพนธ์ สาขาวิชาภาวะผู้นำทางการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

E-mail : va_runee@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระบบการบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาและวิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ แบบแผนการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ การศึกษาเชิงลึกเพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ โรงเรียนทางดงรัฐราษฎร์อุปถัมภ์และโรงเรียนห้องสอนศึกษา ทำการตรวจสอบทฤษฎีฐานราก โดยการประเมินองค์ประกอบภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 34 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง อย่างง่ายได้จำนวน 36 โรงเรียน จากโรงเรียนทั้งหมดจำนวน 41 โรงเรียน ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 36 คน ครูผู้สอน จำนวน 555 คน คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 217 คน รวมทั้งสิ้น 808 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์ในการจัดการศึกษาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X}=4.75$) เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานและผู้ปกครองมีส่วนร่วม ($\bar{X}=4.71$) มีเป้าหมายของการพัฒนาอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.69$) เห็นความสำคัญและสร้างความสัมพันธ์ร่วมมือกับชุมชน ($\bar{X}=4.62$) อุทิศตนให้กับการปฏิบัติงานในสถานศึกษา ($\bar{X}=4.59$) มีความเป็นประชาธิปไตย ($\bar{X}=4.57$) มีเมตตากรุณา มีความรับผิดชอบ ขุดิธรรมซื่อสัตย์ ($\bar{X}=4.55$) มีมนุษยสัมพันธ์และเป็นที่ยอมรับของผู้เกี่ยวข้อง ($\bar{X}=4.52$) ยึดกฎระเบียบมีความขุดิธรรมโปร่งใส ($\bar{X}=4.52$) ตามลำดับ และระดับความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่มีต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารในการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา พบว่า ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P> 0.05$)

คำสำคัญ : การบริหารการศึกษา คุณภาพการจัดการศึกษา ภาวะผู้นำ

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the educational administration system of administrator in Secondary Schools and to analyze the leadership of administrator in Secondary Schools with certified standard. The research methodology employed the survey; data gathering in term of quantitative and qualitative approach. This in-depth study developed the grounded theory. The samples of this study were the Hangdongratrapathum School and Hongson Suksa School. The grounded theory is cross-checked with the set of questionnaires which were the responses from the Secondary Schools in Secondary Education Service Area Office 34. The simple random sampling was used to get the 36 samples (schools) out of 41 schools. The respondents were 36 school administrators, 555 teachers, 217 basic education school committees (a total of 808 samples). The statistics used for analyzing the data was quantitative which were means, standard deviations and one-way analysis of variance (ANOVA) to analyze the variations. For the qualitative method the study employed the Content Analysis. The research findings were as followings.

The leadership of administrators affected the development of quality in education and administration management in secondary schools which were the administrator's having visions in educational management to keep up with the changes was measured among the samples that get an average score of 4.75, the administrator's giving chances or opportunity for the participants and parents to participate in school activities get an average score of 4.71, the administrator's having clear development targets register an average score of 4.69, understanding the importance and create public relation an average score of 4.62, fully dedicating themselves to working in schools an average score of 4.59, additionally they are responsible for running democratic lines an average score of 4.57, being kind, responsibility, fair and constancy an average score of 4.55, good human relations an average score of 4.52, disciplinary and fairness an average score of 4.52, respectively. Furthermore the diversified views on the leadership of administrators affected the development of quality in education, expressed by the school administrators, teachers and basic education school committees, obtained by statistical analysis, were not significantly different ($P>0.05$).

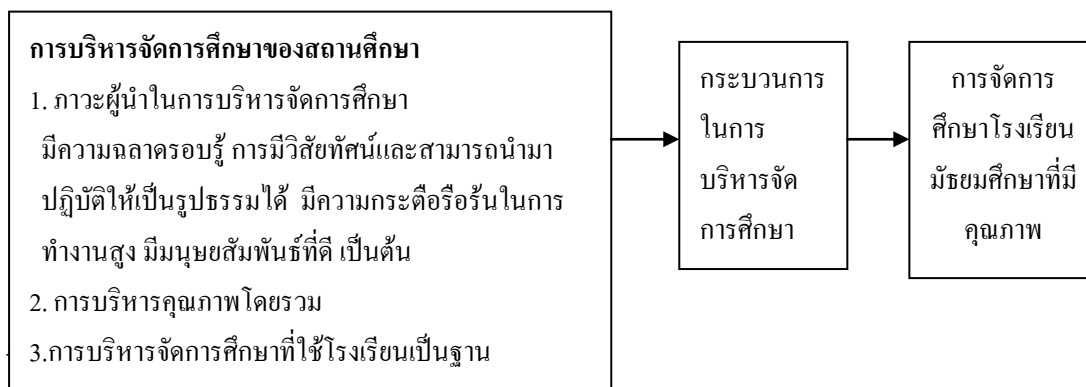
KEYWORDS : Educational administration, Quality of educational administration, Leadership.

บทนำ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษา เป็นการศึกษาหลังระดับประถมศึกษาที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียน มีความรู้ ทั้งวิชาการและวิชาชีพที่เหมาะสมกับวัย ความต้องการ ความสนใจและความถนัด เพื่อให้บุคคลเข้าใจและรู้จัก เลือกอาชีพ ที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองและสังคม การศึกษาระดับนี้แบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ ระดับมัธยมศึกษา ตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย นับว่าเป็นการศึกษาระดับกลาง ซึ่งจัดขึ้นสำหรับเด็กวัยรุ่นอายุประมาณ 12 – 17 ปี ผู้ที่เรียนสำเร็จชั้นมัธยมศึกษาอาจจะออกไปประกอบอาชีพหรือศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ซึ่งนับว่าเป็นช่วงต่อของการศึกษาที่สำคัญในการพัฒนา ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

และเพื่อให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันและก้าวทันกับประเทศอุตสาหกรรมได้ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2544: 8–14) กำหนดแผนยุทธศาสตร์ระดับคุณภาพสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา ซึ่งมี 4 ยุทธศาสตร์ 1) ขยายโอกาสและเสริมสร้างความเท่าเทียม ในการเรียนต่อมัธยมศึกษา 2) ยกระดับและพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษา ผู้บริหารและครูระดับมัธยมศึกษาให้เข้าสู่มาตรฐานและยกสู่มาตรฐานสากล 3) พัฒนาคุณภาพนักเรียนสู่มาตรฐาน สร้างความเป็นเลิศและยกระดับสู่มาตรฐานสากล 4) การสร้างความเข้มแข็งในการบริหารและการจัดการศึกษาให้สถานศึกษาเพื่อรองรับการกระจายอำนาจ ผู้บริหาร โรงเรียนที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหาร โรงเรียนในยุคของการปฏิรูปการศึกษาปัจจุบัน คือ ผู้บริหาร โรงเรียนที่มีภาวะผู้นำ (Leadership) เพราะการเป็นผู้นำเป็นหัวใจของการบริหารและการจัดการทำให้ผู้ได้บังคับบัญชาปฏิบัติตามและปฏิบัติงาน ได้อย่างเต็มที่ อย่างมีประสิทธิภาพ ในการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย หากองค์กรหนึ่งองค์กรใดที่ต้องการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ส่วนต้องการผู้บริหารที่มีลักษณะเป็นผู้นำที่ดี มีความรู้ ความสามารถ รู้จักเลือกใช้ วิธีการบริหารองค์กรอย่างถูกต้องและเหมาะสม (วิระวัฒน์ ปันนิตามัย, 2544: 183; พรนพ พุกกะพันธุ์, 2544: 60 – 63; สมคิด สกุลสถาปต์, 2552 : 279) ภาวะผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียนเป็นคุณลักษณะที่สำคัญ ที่สามารถส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้บริหาร โรงเรียน สามารถบริหาร โรงเรียนให้เกิดประสิทธิผล และประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ในการบริหารจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ ซึ่งข้อค้นพบอาจเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้บริหาร โรงเรียนให้มีภาวะผู้นำของผู้บริหารและอาจส่งผลให้การจัดการศึกษาบรรลุเป้าหมาย ผู้เรียนมีคุณภาพและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



1. เพื่อศึกษาระบบการบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ
2. เพื่อวิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ โรงเรียนมัธยมศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 34 จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ปีการศึกษา 2552 จำนวนโรงเรียน 41 โรง

2. กลุ่มตัวอย่าง

2.1 การวิจัยเพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานราก

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงเรียนทางคงรัฐราษฎร์อุปถัมภ์และโรงเรียนห้องสอนศึกษา โดยเลือกแบบเจาะจง คือโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพด้านภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษา ผู้ให้ข้อมูลหลัก การสัมภาษณ์ระดับลึก ประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงเรียนทางคงรัฐราษฎร์อุปถัมภ์ และผู้อำนวยการโรงเรียนห้องสอนศึกษา จำนวน 2 คน รองผู้อำนวยการโรงเรียน จำนวน 8 คน รวม จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ในแต่ละโรงเรียน ประกอบด้วย ครู 10 คน คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 10 คน

2.2 การตรวจสอบทฤษฎีฐานราก

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 34 โรงเรียนทั้งหมด จำนวน 41 โรง ใช้ตารางเครชีและมอร์แกนได้ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 โรง ผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 36 คน ครูผู้สอน จำนวน 555 คน คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 217 คน รวมจำนวน 808 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานราก

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาวะผู้นำของผู้บริหารในการบริหารจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่มีประสิทธิภาพทางการศึกษา จำนวน 3 ชุด ได้แก่ แนวการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview Guideline) แบบสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Observation) แนวการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guideline)

2. การตรวจสอบทฤษฎีฐานราก

การตรวจสอบข้อค้นพบจากทฤษฎีฐานรากด้านภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 เพื่อใช้ในการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 โรง คือ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 36 คน ครูผู้สอน จำนวน 555 คน คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 217 คน รวมทั้งสิ้น 808 คน

3. วิทยวิพากษ์โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน วิทยวิพากษ์ให้ข้อคิดเห็นต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพโดยการศึกษาเชิงลึกเพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตและการสนทนากลุ่ม

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับภาวะผู้นำในการบริหารจัดการศึกษา โดยการรวบรวม

ข้อมูลจาก แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ หากได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยได้ติดตามด้วยตนเอง

ขั้นตอนที่ 3 การนำเสนอภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพโดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญวิทยาวิพากษ์เพิ่มเติม ได้ลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการนำข้อมูลมากำหนดเป็นความคิดรวบยอด (Concept) ในแต่ละด้านและรวบรวมเป็นองค์ประกอบ ตามข้อค้นพบ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one - way ANOVA) ของความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารที่มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

ผลการพัฒนาทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพเรียงลำดับความสำคัญได้แก่การมีวิสัยทัศน์ที่ทันกับการเปลี่ยนแปลง การเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานและผู้ปกครองมีส่วนร่วม การมีเป้าหมายของการพัฒนาคุณภาพชัดเจน การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน การอุทิศตนให้กับการปฏิบัติงาน การมีความเป็นประชาธิปไตย การมีเมตตา กรุณา รับผิดชอบ มีความยุติธรรมซื่อสัตย์ การมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่ยอมรับและการยึดกฎระเบียบ มีความยุติธรรม โปร่งใส การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานวิพากษ์วิจารณ์ตนเองในภารกิจที่รับผิดชอบ

ผลการตรวจสอบทฤษฎีฐานราก องค์ประกอบภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา ความเป็นจริงมากที่สุด ได้แก่ วิสัยทัศน์ในการจัดการศึกษาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X}=4.75$) เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานและผู้ปกครองมีส่วนร่วม ($\bar{X}=4.71$) มีเป้าหมายของการพัฒนาอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.69$) เห็นความสำคัญและสร้างความสัมพันธ์ร่วมมือกับชุมชน ($\bar{X}=4.62$) อุทิศตนให้กับการปฏิบัติงานในสถานศึกษา ($\bar{X}=4.59$) มีความเป็นประชาธิปไตย ($\bar{X}=4.59$) มีเมตตา กรุณา มีความรับผิดชอบ ยุติธรรมซื่อสัตย์ ($\bar{X}=4.55$) มีมนุษยสัมพันธ์และเป็นที่ยอมรับของผู้เกี่ยวข้อง ($\bar{X}=4.52$) ยึดกฎระเบียบมีความยุติธรรมโปร่งใส ($\bar{X}=4.52$) ในระดับความเป็นจริงมากที่สุดคือใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด ($\bar{X}=4.46$) และในระดับความเป็นจริงปานกลาง คือ เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานวิพากษ์วิจารณ์ตนเองในภารกิจที่รับผิดชอบ ($\bar{X}=4.34$) ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบ ระดับความคิดเห็นของผู้บริหาร ครูผู้สอน และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่มีต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา พบว่า ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P>0.05$)

ผลการวิพากษ์ของคณะผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหาร คือ การมีวิสัยทัศน์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะนำโรงเรียนไปสู่ทิศทางที่ต้องการ สามารถให้ผู้ร่วมงานสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับ

องค์กร ถึงแม้ผู้บริหารมีการเปลี่ยนแปลงตามระเบียบวาระการบริหารราชการก็ตาม องค์กรสามารถปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ได้ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมเป็นการทำงานเป็นทีม การมีเป้าหมายของการพัฒนาอย่างชัดเจน ผู้ร่วมงานทำงานโดยมีเป้าหมายชัดเจนในการทำงานและมีความเห็นด้วยกับทุกข้อ ที่เป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีคุณภาพ จากผลการศึกษา ทฤษฎีฐานรากคือ การมีวิสัยทัศน์ในการจัดการศึกษาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารจะต้องเป็นผู้นำในการกำหนดทิศทางวางนโยบายและกลยุทธ์ของการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย หากผู้บริหารองค์กรขาดวิสัยทัศน์ การขับเคลื่อนขององค์กรอาจจะเสียเวลา เสียทรัพยากร เสียพลังงาน เสียโอกาสไม่อาจบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ ผลการตรวจสอบทฤษฎีฐานรากกับกลุ่มประชากรในโรงเรียนมัธยมศึกษา ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร ครูและคณะกรรมการสถานศึกษาได้แสดงความคิดเห็นว่าเป็นความจริงมากที่สุด ในองค์ประกอบภาวะผู้นำของผู้บริหาร การมีวิสัยทัศน์ในการจัดการศึกษาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเมื่อตรวจสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่าความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลวิทยานิพนธ์ของคณะผู้เชี่ยวชาญ ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร การมีวิสัยทัศน์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะนำโรงเรียนไปสู่ทิศทางที่ต้องการ สามารถจูงใจให้ผู้ร่วมงานกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน สร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร สอดคล้องกับ Sallis (2002:8) ซึ่งกล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการคุณภาพ (Quality Management) คือ การวางแผนคุณภาพเชิงกลยุทธ์ (Strategic Quality Planning) เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และการวางแผนคุณภาพเป็นจุดเริ่มต้นของการบริหารคุณภาพ ตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ กลยุทธ์ และ ผลการศึกษาของ วริดา มุ่งเจริญ (2552) พบว่าการกำหนดวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กรผู้ร่วมงานมีส่วนร่วมในการวางแผน การกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันเพื่อการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันและประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย สอดคล้องกับ วิฑูรย์ สิมะโชติ (2541) ซึ่งกล่าวถึงขั้นตอนในการพัฒนาองค์กรสู่ “องค์กรคุณภาพ” การมุ่งเน้นในเรื่องคุณภาพด้วยการสร้างวิสัยทัศน์และภารกิจที่ชัดเจน ขององค์กรให้เกื้อหนุนต่อการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นคุณภาพในการจัดการศึกษา

2. องค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งจากข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ในด้าน ภาวะผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียนมัธยมศึกษาในการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพคือ การเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วม เช่น การวางแผนงาน การดำเนินงาน การแสดงความคิดเห็นร่วมตัดสินใจในการจัดการศึกษา ทำให้ผู้ร่วมงานเกิดความตระหนักความรู้สึกเป็นเจ้าของและความภาคภูมิใจในผลงาน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ และภารกิจ ขององค์กร ทำให้ผู้ร่วมงานมีความมุ่งมั่นทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ผลการตรวจสอบทฤษฎีฐานราก ผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันคือการเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วม เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงาน ลักษณะการทำงานเป็นทีม ซึ่งเมื่อตรวจสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่าความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน และ สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ของคณะผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำงาน สอดคล้องกับ ชีระ รุญเจริญ (2546:59) ซึ่งกล่าวว่าการมีส่วนร่วม ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือในการบริหาร การตัดสินใจและการจัดการศึกษา ทำให้เกิดความตระหนักและความรู้สึกเป็นเจ้าของจะทำให้การบริหารงานเกิดประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผลสูง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุนทรี เล้าอรุณ (2550) พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ร่วมงานทุกฝ่าย มีผลต่อการพัฒนาโรงเรียนอยู่ในระดับมากทั้ง3ด้านคือ มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและ มีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ และสอดคล้องกับ ปัญญา แก้วกิติธ (2554:6) กล่าวว่า ยุทธศาสตร์สู่ความสำเร็จ ให้สถานศึกษา ผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำสูงเปิดกว้างให้ครูและบุคลากรมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รับรู้และชื่นชมผลงานร่วมกัน เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งของสถานศึกษา

3. องค์ประกอบของภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษาที่ส่งผลต่อคุณภาพของโรงเรียนมัธยมศึกษาอีกประการหนึ่ง คือ การมีเป้าหมายในการพัฒนาที่ชัดเจน ในการดำเนินงานบริหารจัดการ ผู้บริหารต้องมีเป้าหมายชัดเจน สร้างเข้าใจกับผู้ร่วมงานให้ตรงกันในการสร้างคุณภาพที่เป็นรูปธรรม ดังนั้นผู้ร่วมงานต้องมีความชัดเจนในเป้าหมายของการทำงานซึ่งสอดคล้อง Bass และ Avolio (1994:6) ได้กล่าวถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การที่ผู้นำจะประพจน์ในทางจงใจให้เกิดแรงบันดาลใจกับผู้ตาม ซึ่งการสร้างแรงจูงใจภายในโดยการสร้างเจตคติที่ดีในแง่บวกทำให้ผู้ตามเห็นเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน ผู้นำจะสร้างและสื่อความหวังของผู้ตามที่ต้องการชัดเจนและแสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะบรรลุเป้าหมายได้ ข้อค้นพบจากทฤษฎีฐานราก ได้รับการยืนยันจากผลการตรวจสอบกับกลุ่มประชากรที่ได้แสดงความคิดเห็นว่าเป็นความจริงมากที่สุดคือการมีเป้าหมายในการพัฒนาการจัดการศึกษาอย่างชัดเจนซึ่งเมื่อตรวจสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว พบว่าความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยวิทยานิพนธ์ของคณะผู้เชี่ยวชาญต่อภาวะผู้นำของผู้บริหาร การมีเป้าหมายของการพัฒนาอย่างชัดเจนผู้บริหารต้องแน่วแน่ในอุดมการณ์เชื่อมั่นในตนเองสอดคล้องงานวิจัยของ รุ่งรัชดาพร เวหะชาติ (2548), ชีระ รุญเจริญ (2546:58) ซึ่งพบว่ารูปแบบการบริหารคุณภาพทั้งองค์กรคือการวางแผนกลยุทธ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การมีเป้าหมายของการพัฒนาคุณภาพชัดเจน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมองเห็นจุดมุ่งหมาย เป้าหมายของโรงเรียนตรงกัน ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่า การที่ผู้บริหารมีภาวะผู้นำจะบริหารงานที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ประเด็นสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการศึกษาอย่างแท้จริงคือการให้บุคลากรทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาจึงควรใช้ภาวะผู้นำในการสร้างแนวทางปฏิบัติร่วมกันให้ชัดเจน

2. การใช้ภาวะผู้นำของผู้บริหารในการจัดการศึกษา ผู้บริหารต้องปฏิบัติเป็นแบบ อย่างก่อนและลงปฏิบัติงานร่วมกับคณะทำงานได้แรงศรัทธาและความเชื่อมั่นความร่วมมือในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

ชีระ รุญเจริญ. 2546. การบริหารโรงเรียนยุคปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.

ปัญญา แก้วกิติธ. 2545. การบริหารจัดการศึกษาในรูปแบบการใช้โรงเรียนหรือเขตพื้นที่การศึกษาเป็นฐาน.

กรุงเทพฯ : สำนักงานปฏิรูปการศึกษา.

- พรนพ พุกกะพันธุ์. 2544. *ภาวะผู้นำและการจูงใจ*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- รุ่งรัชดาพร เวหะชาติ. 2548. *การพัฒนารูปแบบการบริหารคุณภาพทั้งองค์กรของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*.
วิทยานิพนธ์ ปรัชญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วธิดา มุ่งเจริญ. 2552. *การสร้างตัวแบบการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) องค์การบริหารส่วนตำบล*.
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิฑูรย์ สิมะโชติ. 2541. *TQM คู่มือสู่องค์กรคุณภาพยุค 2000*. กรุงเทพฯ: ทีพีเอฟบลิชซิง.
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. 2544. *การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- สมคิด สกุลสถาปัตย์. 2552. *รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิผลในการปฏิรูปการศึกษาแบบยั่งยืน*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2544. *รายงานการประชุมบทบาทนักวิจัยในโครงการ โรงเรียนปฏิรูปการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ,
- สุนทรี เล่าอรุณ. 2550. *ภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาโรงเรียนวัดสามง่าม (คลองอนุสรณ์)*. นครปฐม: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครปฐมเขต 1.
- Bass, B.M., & Avolio, B. 1994. **Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership**. California: Sage Publications..
- Sallis, Ed., & Jones, G. 2002. **Knowledge Management in Education**. London: Kogan page.

การพัฒนาแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

กระทรวงวัฒนธรรม

THE DEVELOPMENT OF A LEARNING ORGANIZATION MODEL OF THE BUNDITPATANASILPA INSTITUTE MINISTRY OF CULTURE

ภูษิต รุ่งแก้ว

ครูชำนาญการพิเศษ วิทยาลัยนาฏศิลป์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม

E-mail : rungkeaw_prungkaew@yahoo.com

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.นิพนธ์ สุขปรีดี

ดร.นุรพาทิส พลอยสุวรรณ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยสถาบัน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ 3) เพื่อพัฒนาแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ที่เหมาะสมของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด 279 คน จำแนกเป็น ผู้บริหารจำนวน 48 คน ครู อาจารย์ จำนวน 231 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเปรียบเทียบค่าความเหมาะสมเทียบกับเกณฑ์ 3.00 โดยใช้ t-test (one sample)

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมในภาพรวม มีความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีสภาพความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับมากและปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับมาก 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่ การสร้างวิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ การจัดโครงสร้างและการบริหารงาน การจัดการความรู้ การนำเทคโนโลยีไปใช้ ภาวะผู้นำทางวิชาการ การพัฒนาบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์การ การพัฒนาบุคลากรและทีมงาน การจูงใจ และการกำกับติดตามการดำเนินงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก 3) รูปแบบการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมในภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก โดยสภาพความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ระดับบุคคล มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ระดับกลุ่มมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ระดับองค์การมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รูปแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ที่ได้รับจาก

ผลการวิจัย โดยภาพรวม มีความเหมาะสม ที่สามารถนำไปใช้พัฒนาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยสภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กรมีความเหมาะสมมาก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการสร้างวิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ ด้านการจัดโครงสร้างและการบริหารงาน ด้านการจัดการความรู้ ด้านการนำเทคโนโลยี ไปใช้ ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการ ด้านการพัฒนาบรรยาภาสและวัฒนธรรมองค์กร ด้านการพัฒนานุคลากรและ ทีมงาน ด้านการจูงใจ และด้านการกำกับติดตามการดำเนินงาน มีความเหมาะสมมาก

คำสำคัญ : องค์กรแห่งการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ABSTRACT

This research was on institutional study. It aims to 1) study the condition of being a learning organization 2) study the factors influencing the learning organization 3) develop the model for suitable learning organization , Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture. The sample used for this research consists of 279 people; 48 executives and 231 instructors. The tool used for this research was a questionnaire for the conditions and factors influencing the learning organization of Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture. The data is analyzed by determining the average x, standard deviation (S.D.) and compare the proper value to criterion of 3.00 with t-test (one sample).

The results that 1)The overall image of condition of being the learning organization of Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture is at medium level. Being the learning organization is at high level and the factor influencing the learning organization is at a high level. 2) The suitability of factor influencing the learning organization is at high level. These consist of 9 factors : the building of vision, mission and strategy; structure and operational management; knowledge management; technology application; academic leadership; improvement of atmosphere and organizational culture; personnel and staff development; motivation; and operation management, which all have suitability at a high level. 3) The overall image of suitable model of being the learning organization of Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture is at high level. The suitability of conditions for being the learning organization is at high level. The suitability for personal level is high. The suitability for group level is high and for the organization is at a high level. The model of learning organization of Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture is at a high level from the research showing the suitability that can be used to develop Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture as a learning organization. The suitability of being the learning organization for personal, group and organizational level is at a high level. The factor influencing learning organization in the areas of the building of vision, mission and strategy; structure and operational management; knowledge management; technology application; academic leadership; improvement of atmosphere and organizational culture; personnel and staff development; motivation; and operation management have suitability at a high level.

KEYWORDS : Learning Organization , Bunditpatanasilpa Institute.

บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาของไทยมีความตื่นตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ก่อให้เกิดนวัตกรรมด้านบริหารงานภายในอย่างมากในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ดังนั้นนวัตกรรมทางการบริหารงานนั้นเกิดขึ้นจากแรงขับเคลื่อนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการปรับระบบการบริหารที่ต่างกัน ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงเพิ่มเติมคือ คุณลักษณะของสถาบัน เช่น ปรัชญาของสถาบัน รูปแบบการบริหารของผู้บริหาร ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถาบัน ผลจากการมีนวัตกรรมดังกล่าวทำให้สถาบันอุดมศึกษาไทย โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลต้องสำรวจตรวจสอบตนเองทั้งระบบ นับตั้งแต่ปรัชญาของสถาบัน วิสัยทัศน์ พันธกิจ โครงสร้างการแบ่งส่วนการบริหาร การประเมินการสอนและการปฏิบัติงานของบุคลากร การจัดทำคู่มือการบริหารในส่วนต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย การสื่อสารในองค์กร สำหรับสถาบันในสังกัดของรัฐ คงต้องอาศัยภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรที่จะกล้านำการเปลี่ยนแปลงไปสู่องค์กรที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพของคนในองค์กรคือตัวแปรสำคัญในการที่สถาบันจะก้าวไปสู่การบริหารแบบใหม่ตามวิธีการขององค์กรธุรกิจ ถ้าคนในองค์กรไม่มีวิสัยทัศน์ร่วมกัน กระบวนการเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปได้ยากลำบาก

ความสำคัญของปัญหา

ตามประกาศใช้พระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พุทธศักราช 2550 ว่า"ให้สถานศึกษาของรัฐที่จัดการศึกษาระดับปริญญาเป็นนิติบุคคล สามารถดำเนินกิจการได้โดยอิสระ พัฒนาระบบบริหารและการจัดการที่เป็นของตนเอง มีความคล่องตัว มีเสรีภาพทางวิชาการ และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสภาการศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งสถานศึกษานั้น ๆ สมควรมีกฎหมายรับรองให้สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีฐานะเป็นนิติบุคคลในกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อจัดการศึกษาด้านนาฏศิลป์ดุริยางคศิลป์ กิตติศิลป์ และช่างศิลป์ สืบสานสร้างสรรค์ ศิลปะและมรดกทางศิลปวัฒนธรรมทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ อันเป็นเอกลักษณ์ของชาติ และส่งเสริมการผลิตบุคลากรเพื่อทำหน้าที่ช่างศิลปกรรม ศิลปินอาชีพ ครูศิลปะ นักวิชาการ และนักวิจัยด้านศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนส่งเสริมสุนทรียศาสตร์และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม(พระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พุทธศักราช 2550) ดังนั้น การพัฒนาจำเป็นต้องพัฒนาแนวคิดใหม่ที่สามารถค้นหาและปรับจุดอ่อนให้กลับมาเป็นจุดแข็ง จึงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาคนในองค์กรเป็นสำคัญ โดยส่งเสริมให้บุคคลมีการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง จำเริญ วิยวัฒน์และเบญจมาศ อ่ำพันธ์(2540) ให้ทัศนะว่า บุคลากรมีส่วนสำคัญยิ่งที่จะทำให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จ บุคลากรในองค์กรต้องเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อความอยู่รอดและก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง มีส่วนร่วมในการชี้แนะ แก้ปัญหา และพัฒนาปรับปรุงองค์การเพื่อก้าวสู่องค์กรยุคใหม่และนำไปสู่ความเป็นเลิศ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ต้องพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้ช่วยเพิ่มสมรรถนะของบุคลากรให้มีขีดความสามารถ รวมทั้งสร้างองค์ความรู้ นวัตกรรมทางการศึกษานาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ และช่างศิลป์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้ และจากทัศนะของฮอย และมิสเกล (Hoy and Miskel, 2001) กล่าวว่า โรงเรียนควรเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มากกว่าองค์กรประเภทใด ๆ ทั้งสิ้น เป็นเพราะโรงเรียนเป็นแหล่งในการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้เกิดกับบุคลากรทุกระดับให้มีการใฝ่รู้ใฝ่เรียน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การทำงานร่วมกันเป็นทีม รวมถึงการปรับปรุงความคิดและการทำงานอย่างเป็นระบบ วัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมและเครือข่าย บรรยากาศที่สนับสนุน ระบบการเอื้ออำนาจ

(Empowerment) ให้แก่บุคลากรในองค์กร การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การยอมรับในความแตกต่างของบุคคล ความเท่าเทียมกัน ความมีอิสระในการตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง การกระจาย ความรับผิดชอบและการตัดสินใจแก้ปัญหาไปสู่ผู้ปฏิบัติ เป็นต้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาว่า สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมในปัจจุบันมีสภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับใด และมีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่เหมาะสม และผลจากการวิจัยจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ทางการศึกษา ด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ และช่างศิลป์ หรือศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาคู่มือแผนปฏิบัติการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้กลายเป็นองค์กรแห่งสังคมฐานความรู้

คำถามการวิจัย

1. สภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมมีอะไรบ้าง
3. รูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ที่เหมาะสมมีลักษณะอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่เหมาะสมของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

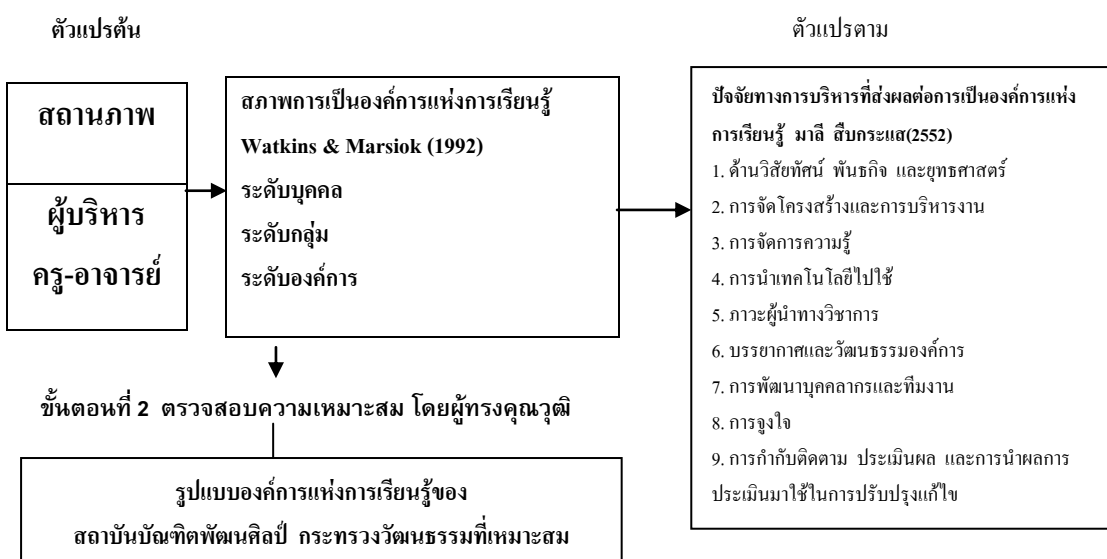
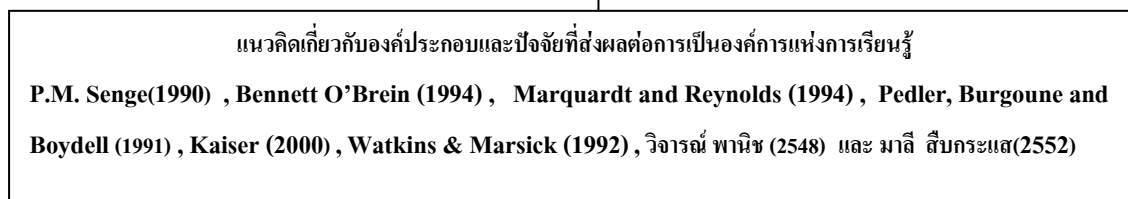
วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษารูปแบบสภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ นำแบบสอบถามที่จัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร 48 คน และบุคลากรทางการศึกษาของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ 231 คน รวมจำนวน 279 คน นำมาวิเคราะห์ เปรียบเทียบค่าความเหมาะสมเทียบกับเกณฑ์ 3.00 โดยใช้ t-test (one sample)

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบสภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ นำรูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ได้รับจากผลการวิจัยไปสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ใช้อองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำนวน 7 ท่าน วิพากษ์รูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีณา ทับประชู (2547) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบริษัท อินเทลล์ อินเตอร์เนชั่นแนล กรุ๊ป จำกัด โดยมุ่งศึกษาระดับความคิดเห็นของบุคลากร ที่มีต่อสภาพขององค์กร ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อม และเทคนิคและเครื่องมือต่าง ๆ ที่สนับสนุนการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ศึกษาระดับของความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพขององค์กรกับ ความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อสภาพองค์กร ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อม และเทคนิคและเครื่องมือต่าง ๆ พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

2) ระดับความสำเร็จด้านความเป็นเลิศทางวิชาชีพ ด้านรูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง ด้านการสร้างและสานวิสัยทัศน์ ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม ด้านความคิดความเข้าใจเชิงระบบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ พบว่า ตัวแปรด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านความเป็นเลิศทางวิชาชีพและด้านรูปแบบวิธีการคิดและ

มุมมองที่เปิดกว้าง ด้านอายุ การศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงานปัจจุบันและประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านความเป็นเลิศทางวิชาชีพ ด้านรูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง ด้านการสร้างและสานวิสัยทัศน์ ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมและความคิดความเข้าใจเชิงระบบ

4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของสภาพองค์การ พบว่า ด้านเทคโนโลยีที่สนับสนุนการเรียนรู้ ด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเรียนรู้ ด้านเทคนิคและเครื่องมือต่าง ๆ ที่สนับสนุนการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ในด้านความเป็นเลิศทางวิชาชีพ ด้านรูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง ด้านการสร้างและสานวิสัยทัศน์ ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม ด้านความคิดความเข้าใจเชิงระบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

มาลี สืบกระแสด(2552) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ระดับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่ การสร้างวิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ การจัดทำโครงสร้างและการบริหารงาน การจัดการความรู้ การนำเทคโนโลยีไปใช้ การมีภาวะผู้นำทางวิชาการ การพัฒนาบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาบุคคลและทีมงาน การจูงใจ การกำกับติดตามการดำเนินงาน และปัจจัยทั้ง 9 ปัจจัยร่วมกันอธิบายการแปรปรวนในความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ร้อยละ 65.30 รูปแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สนอง กัลปนาท (2546) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมหน่วยการศึกษาของกองทัพอากาศให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินการของหน่วยการศึกษาของกองทัพอากาศ 2) หาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาหน่วยการศึกษาของกองทัพอากาศให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามขีดความสามารถ และทรัพยากรที่มีอยู่ ผลจากการวิจัยพบว่า 1) หน่วยการศึกษาของกองทัพอากาศทั้ง 3 หน่วย มีความมุ่งประสงค์ที่จะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับ “มาก” แต่ในสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันมีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับ “ปานกลาง” 2) หน่วยที่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้จะมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน โดยมีการลดขั้นตอนในการทำงาน โดยภาพรวมทุกหน่วย มีวิธีการดำเนินงานที่ให้นุคลากรมีการพัฒนารูปแบบการทำงาน อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูงและหน่วยที่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จะมีการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในหน่วยงาน โดยทุกหน่วยมีการปรับปรุงการทำงาน มีทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้รูปแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมที่เข้มแข็งมีศักยภาพในอันที่จะพัฒนาปัญญาในสังคม พัฒนาชาติ สามารถประกาศเกียรติคุณความเป็นไทยอย่าง มีศักดิ์ศรี
2. เป็นแนวทางการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานเพื่อความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม

3. เป็นแนวทางการพัฒนาตัวชี้วัดและเกณฑ์การประเมินผลสภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.48$ มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยสภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.60$ มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.36$ มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับ มาก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} \geq 3.00$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 (p-value <.01)

2. รูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.19$ (t- value =8.39) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} \geq 3.00$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 (p-value <.01)

2.1 สภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.13$ (t- value =7.40) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับ มาก ระดับบุคคลมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.22$ (t- value =7.33) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ระดับกลุ่มมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.14$ (t- value =7.84) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ระดับองค์กรมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.14$ (t- value =7.84) โดยทุกระดับมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} \geq 3.00$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 (p-value <.01)

2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.25$ (t- value =9.01) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่ การสร้างวิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.19$ (t- value =7.40) การจัดโครงสร้างและการบริหารงานมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.09$ (t- value =6.67) การจัดการความรู้มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.31$ (t- value =9.82) การนำเทคโนโลยีไปใช้มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.21$ (t- value =8.12) ภาวะผู้นำทางวิชาการมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.47$ (t- value =10.88) การพัฒนาบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กรมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.28$ (t- value =7.13) การพัฒนาบุคลากรและทีมงานมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.26$ (t- value =8.00) การจูงใจมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.23$ (t- value =8.11) และการกำกับติดตามการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.18$ (t- value =7.83) โดยทุกด้านมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} \geq 3.00$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 (p-value <.01)

3. นำรูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ได้รับจากผลการวิจัยไปสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ใช้องค์การแห่งการเรียนรู้ วิทยาภรณ์รูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม โดยภาพรวม รูปแบบมีความเหมาะสม ที่สามารถนำไปใช้พัฒนาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาสภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม พบว่าสภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ในภาพรวม มีความเป็นองค์กรแห่งการ

เรียนรู้ อยู่ในระดับ ปานกลาง เพราะสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์เดิมอยู่ภายใต้การบริหารของกรมศิลปากร เมื่อได้รับการจัดตั้งตามประกาศใช้พระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พุทธศักราช 2550 (พระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พุทธศักราช 2550) จึงพยายามสนองนโยบายในการพัฒนาระบบราชการของสำนักงานพัฒนาระบบราชการโดยมีสรุปรายงานผลการปฏิบัติราชการรอบ 9 เดือน ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ แสดงตัวชี้วัดระดับความสำเร็จของการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการที่สร้างคุณค่า อยู่ในระดับ 2 ตัวชี้วัดระดับความสำเร็จของการบริหารการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนานุคลากร อยู่ในระดับ 1 ซึ่งสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ยังคงต้องการพัฒนาเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ผลการปฏิบัติของหน่วยงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก โดยระดับบุคคล มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับ มาก สอดคล้องกับ Reynolds มีความเชื่อว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นองค์กรที่มีบรรยากาศที่กระตุ้นการเรียนรู้ของบุคคล และกลุ่มให้เกิดอย่างรวดเร็ว และสอนให้พนักงาน มีกระบวนการคิด วิพากษ์วิจารณ์เพื่อความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ที่มีในแต่ละบุคคลช่วยให้องค์กรเกิดการเรียนรู้ ในสิ่งที่ผิดพลาด (Reynolds, 2004 : 135) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ชื่นชมกับความสำเร็จของการปฏิบัติงาน ทั้งของตนเอง ทีมงานและองค์กร จิตใจงาม แสดงออกทางพฤติกรรมในด้านบวก มุ่งแสวงหาการเรียนรู้จากประสบการณ์ เคารพกันและกันเช่น ให้เกียรติในการแสดงความคิดเห็น โดยการฟังก่อนพูดไม่เรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา คิดอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์มีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว มีแหล่งรวบรวมความรู้ใหม่ของตนเอง มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากแสดงว่าสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์พยายามวางเป้าหมายไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาคนในองค์กรเป็นสำคัญ โดยส่งเสริมให้บุคคลมีการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง จำเรียง วิวัฒน์ และ เบญจมาศ อ่ำพันธ์ให้ทัศนะว่า บุคลากรมีส่วนสำคัญยิ่งที่จะทำให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จ บุคลากรในองค์กรต้องเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อความอยู่รอดและก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง มีส่วนร่วมในการชี้แนะ แก้ปัญหา และพัฒนาปรับปรุงองค์กรเพื่อก้าวสู่องค์กรยุคใหม่และนำไปสู่ความเป็นเลิศ การที่องค์กรจะได้เปรียบการแข่งขันอย่างยั่งยืนในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตนเองให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (จำเรียง วิวัฒน์และเบญจมาศ อ่ำพันธ์, 2540) รองลงมาใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการปฏิบัติงานมีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับปานกลางเพราะสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์อยู่ระหว่างการขับเคลื่อนการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในการบริหารและการจัดการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับวิภา ทับประยูร ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของ บริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล กรุ๊ป จำกัด โดยมุ่งศึกษาระดับความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อสภาพขององค์กรด้านเทคโนโลยีด้านสภาพแวดล้อม และเทคนิคและเครื่องมือต่างๆ ที่สนับสนุนการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ศึกษาระดับของความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพขององค์กรกับความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อสภาพองค์กร ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อม และเทคนิคและเครื่องมือต่างๆ ทุกด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ระดับกลุ่มมีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก (วิภา ทับประยูร, 2547) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าการยอมรับและเคารพกันระหว่างทีม ทีมมีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

มโนคติของทีมคือสามัคคีคือพลัง ทีมมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันสามารถปฏิบัติงานแทนกันได้ มีผลการปฏิบัติงานของทีมอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับ มาก รองลงมามีความรู้ใหม่มาพัฒนาทีมงานอย่างสม่ำเสมอ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่มของทีม ทีมมีการรวบรวมนำเสนอข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะต่อองค์กรอย่างมีเหตุผล มีการนิเทศระหว่างทีมแบบกัลยาณมิตรต่อกันเสมอ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามกลุ่มของทีม มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม เป็นการเรียนรู้ร่วมกันของบุคลากรเป็นกลุ่มภายในองค์กร โดยอาศัยความรู้และความคิดของมวลสมาชิกในการแลกเปลี่ยนและพัฒนาความฉลาดรอบรู้และความสามารถของทีมให้บังเกิดผลยิ่งไปกว่าการอาศัยความสามารถของสมาชิกแต่ละบุคคลระบบการเรียนรู้ของกลุ่ม มีผลสะท้อนอย่างสำคัญต่อการเรียนรู้ของบุคคลองค์กรแห่งการเรียนรู้เกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อการรวมพลังของกลุ่มต่าง ๆ ภายในองค์กรเป็นการรวมตัวของทีมงานที่มีประสิทธิภาพสูง สมาชิกในทีมได้มีโอกาสเรียนรู้ต่างๆ ร่วมกันโดยการสื่อสารข้อมูลแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยลดลักษณะที่ก่อให้เกิดอิทธิพลครอบงำแนวความคิดของบุคคลอื่นออกไป และกระตุ้นให้เกิดการอภิปรายอย่างกว้างขวางภายในทีม (Senge อ้างถึงใน วิศิษฐ์ ชูวงศ์, 2540 : 167) และระดับองค์กร มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับสนอง กัลปนาท ศึกษาแนวทางการส่งเสริมหน่วยการศึกษาของกองทัพอากาศให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผลจากการวิจัยพบว่า 1) หน่วยการศึกษาของกองทัพอากาศทั้ง 3 หน่วยมีความมุ่งประสงค์ที่จะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับ “มาก” แต่ในสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับ “ปานกลาง” 2) หน่วยที่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้จะมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน โดยมีการลดขั้นตอนในการทำงาน โดยภาพรวมทุกหน่วย มีวิธีการดำเนินงานที่ให้อุคลากรมีการพัฒนารูปแบบการทำงาน อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง และหน่วยที่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จะมีการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในหน่วยงาน โดยทุกหน่วยมีการปรับปรุงการทำงาน มีทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลง(สนอง กัลปนาท, 2546) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีแผนการจัดการสภาพแวดล้อม และการสร้างบรรยากาศในองค์กรให้เหมาะสมแก่การเรียนรู้และการปฏิบัติงานอย่างมีความสุข มีการมอบอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเหมาะสม สร้างวิสัยทัศน์ขององค์กรจากการระดมพลังสมอง สร้างมาตรฐานและตัวชี้วัดความสำเร็จร่วมกันมีผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพ มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับมาก รองลงมามีแนวทางการปฏิบัติงานที่เหมาะสมที่สุด มีระบบควบคุมคุณภาพติดตาม ประเมินผล มุ่งมั่นให้บริการทางวิชาการ มีการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ มีคลังแห่งความรู้ สร้างสรรค์ นวัตกรรม มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับ ปานกลาง สอดคล้องกับCherrington กล่าวว่า องค์กรจะดำรงอยู่รอดได้ต้องมีผลความสำเร็จของเป้าหมายขององค์กร ประสิทธิผลเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร หากปราศจากการประเมินประสิทธิผลแล้วจะไม่มีทางทราบว่าการปฏิบัติภารกิจขององค์กรเป็นอย่างไร (Cherrington, 1989:124) ซึ่งในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} \geq 3.00$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับ มาก โดยภาวะผู้นำทางวิชาการ มีความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับ มาก ทั้งนี้เพราะผู้บริหารสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความเป็นผู้นำที่มีคุณลักษณะมุ่งมั่นอุทิศตนเพื่อทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและบรรลุผลสำเร็จโดยใช้อิทธิพลของใจผู้อื่นให้ปฏิบัติตามนอกจากนี้ผู้นำยังมีส่วนทำให้เกิดวิสัยทัศน์ขององค์กรและบุคลากร รวมทั้งผู้นำที่สามารถใช้

อำนาจอิทธิพลต่าง ๆ ทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อมเพื่อนำกลุ่มประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542) เช่นเดียวกับ เบนนิส และนานัส ที่กล่าวว่า ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการซึ่งบุคคลหนึ่งสามารถชักนำให้ผู้ได้บังคับบัญชาประพฤติ ปฏิบัติตามแนวทางที่เขาประสงค์ (Bennis and Nanus, 1997) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าผู้นำเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์การ คุณสมบัติของผู้นำในองค์การแห่งการเรียนรู้จะต้องเป็นแบบอย่างของการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มุ่งมั่นและอุทิศตนเพื่อองค์การ บทบาทหน้าที่ที่จะเปลี่ยนไปจากการเป็นผู้ควบคุม (Controlling) กลายเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ (Facilitator) เป็นผู้สอนงาน (Mentoring) และเป็นพี่เลี้ยง (Coaching) (Pedler et al, 1991 ; Kaiser,2000)

3. ผลการพัฒนารูปแบบขององค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม สรุปได้ดังนี้

รูปแบบขององค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ในภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยสภาพความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับมาก สอดคล้องกับมาลี สืบกระแสนวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบขององค์การแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ระดับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่ การสร้างวิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ การจัดทำโครงสร้างและการบริหารงาน การจัดการความรู้ การนำเทคโนโลยีไปใช้ การมีภาวะผู้นำทางวิชาการ การพัฒนาบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาบุคคลและทีมงาน การจูงใจ การกำกับติดตามการดำเนินงาน และปัจจัยทั้ง 9 ปัจจัยร่วมกันอธิบายการแปรปรวนในความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ได้ร้อยละ 65.30 รูปแบบขององค์การแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์(มาลี สืบกระแสนว,2552) สอดคล้องกับสมคิด สร้อยน้ำ ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบขององค์การแห่งการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาผลการวิจัยสรุปว่า ระดับปัจจัยทางการบริหารและระดับความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยระดับบุคคลในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ระดับกลุ่มมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (สมคิด สร้อยน้ำ , 2547)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 เพื่อนำไปพัฒนาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ส่งเสริมให้มีการจัดทำคู่มือและกำหนดแผนปฏิบัติการขององค์การแห่งการเรียนรู้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ สนับสนุนให้มีการติดตามและประเมินผลสภาพความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และสนับสนุนการนำผลจากการประเมินสภาพความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรมไปปรับปรุงเพื่อพัฒนาสถาบันอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดสภาพความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิจัยแผนปฏิบัติการองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์และวิจัยปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

บรรณานุกรม

- จำเรียง วิวัฒน์,เบญจมาศ อ่ำพันธุ์. 2540. วินัย 5 ประการ พื้นฐานองค์กรเรียนรู้.พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ
 มาลี สืบกระแสด. 2552. การพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา.วิทยานิพนธ์
 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.
- วิศิษฐ์ ชูวงษ์. 2540. แนวคิดกับความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่บ้านใหม่. อักษราพัฒนา. กรุงเทพฯ
 ปวีณา ทับประยูร. 2547. ปัจจัยความสำเร็จของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เนชั่น
 แนล กรุ๊ป จำกัด ", วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2542. องค์การและการจัดการ. (ฉบับสมบูรณ์). : สำนักวิชาการ, มหาวิทยาลัยธุรกิจ
 บัณฑิตย์. กรุงเทพมหานคร .
- สนอง กัลปนาท. 2546. แนวทางการส่งเสริมหน่วยการศึกษาของกองทัพอากาศให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้.
 เอกสารวิจัย วิทยาลัยเสนาธิการทหาร เพื่อประกอบการศึกษาตามหลักสูตรเสนาธิการทหาร รุ่นที่ 44.
- สมคิด สร้อยน้ำ. 2547. การพัฒนาตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา. วิทยานิพนธ์ ปริญญา
 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Bennis, Warren and Bert Nanus. 1997. **Leaders: Strategies for Taking Charge**. 2nd ed. Harper Business.
- Hoy,W.K,&,C.G. Miskel. 2001. **Educational Administration: Theory, Research, and Practice**. 6th ed.
 New York: McGraw-Hill
- Kaiser, S.M. 2000. **Mapping the learning organization : Exploring a Model of Organizational Learning**.
 Ph.D.Dissertation, Louisiana State University, U.S.A.
- Reynolds. 2004. **Revisiting the roots of learning organization : A synthesis of the learning organization
 literature**[online].Retrieved December11,2004,from: [www.emeraldinsight.com/insight/view
 ContentItem.do?contentType=Article&hdAction=Inkpdf&contentId=1502629](http://www.emeraldinsight.com/insight/viewContentItem.do?contentType=Article&hdAction=Inkpdf&contentId=1502629)

องค์ประกอบสำคัญของความภักดีลูกค้าไทยต่อห้างสรรพสินค้า

IMPORTANT COMPONENTS OF THAI CUSTOMER LOYALTY TOWARDS DEPARTMENT STORES

ภาวิณี ทองแย้ม

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

E-mail : settee_nee@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาองค์ประกอบสำคัญของความภักดีลูกค้าไทยต่อห้างสรรพสินค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การนำเสนอองค์ประกอบสำคัญของความภักดีลูกค้าไทยต่อห้างสรรพสินค้า ได้แก่ การตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้า ภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้า ความเหมาะสมด้านบุคลิกภาพของลูกค้า ความผูกพันกับห้างสรรพสินค้า และวัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้า (2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อห้างสรรพสินค้า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 1,410 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 16.0 และ AMOS Version 6.0 โดยใช้ค่าสถิติอื่นได้แก่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิจัยพบว่า ทุกองค์ประกอบมีความสำคัญกับความภักดีลูกค้าไทยต่อห้างสรรพสินค้า ส่งผลต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก และปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่าการตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้า ภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้า ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้า ความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าและวัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : ความผูกพันกับห้างสรรพสินค้า ความเหมาะสมด้านบุคลิกภาพของลูกค้า ความภักดีของลูกค้า

ABSTRACT

The purposes of the study are; (1). The important component of Thai customer loyalty department stores towards the department store factors study such as awareness, image, self-congruity, commitment and cultures of department store towards customer loyalty. (2). The casual relationship toward Thai customer loyalty department stores. This research collected data by questionnaire from Thai customer in department store and research simple also Thai customer in Bangkok for 1,410 persons. The data analysis of SPSS program

Version 16.0 and AMOS Version 6.0 by statistical values of frequency distribution, percentage, arithmetic mean and standard deviation.

Results show for first purposes; the each important component of Thai customer loyalty towards department stores was very attractive level. Second purposes; the casual relationship in was awareness, image, self-congruity, commitment and cultures of department store towards customer loyalty was statistically significant of .05.

KEYWORDS: Commitment, Self-congruity, Loyalty

1. บทนำ

ห้างสรรพสินค้าเป็นศูนย์กลางของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Robert, 2005) ดังนั้นห้างสรรพสินค้ามีรูปแบบเป็นการให้บริการของการค้าปลีกรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของลูกค้า เนื่องจากรูปแบบของห้างสรรพสินค้าในปัจจุบันมีลักษณะการให้บริการแบบครบวงจรเป็นศูนย์กลางรวบรวมสินค้าหลากหลายชนิด โดยลูกค้าสามารถซื้อสินค้าและได้รับการบริการครอบคลุมทุกด้าน มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน รวมทั้งมีการตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม มีเครื่องปรับอากาศ การจัดเรียงสินค้าหลากหลายชนิดอย่างเป็นระเบียบเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าตามความพึงพอใจ (สลิธญา นิยมศิลป์ชัย, 2552)

El Hedhli & Chebat (2008) ได้เสนอแนวความคิดคุณสมบัติของห้างสรรพสินค้าที่ส่งต่อลูกค้า ซึ่งจุดมุ่งหมายของแนวความคิดนี้แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของห้างสรรพสินค้าประกอบการตระหนักรู้และภาพลักษณ์เกิดจากความรู้ความเข้าใจที่ลูกค้ามีเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า ซึ่งบทบาทและศักยภาพของแนวคิดดังกล่าวสามารถสร้างความภักดีของผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อห้างสรรพสินค้า โดยมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาความภักดีของลูกค้าที่มีต่อห้างสรรพสินค้า

นอกจากนี้มีการศึกษาองค์ประกอบห้างสรรพสินค้าด้านความเหมาะสมด้านบุคลิกภาพของลูกค้า พบว่าลูกค้ามีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกับบุคลิกภาพของตนเอง (Adams & Jones, 1997)

แนวคิดของความผูกพันกับห้างสรรพสินค้ามีการศึกษาโดยนักวิจัยจากสาขาวิชาที่แตกต่างกัน เช่น จิตวิทยา สังคมวิทยา พฤติกรรมองค์กร การตลาดเชิงสัมพันธ์และพฤติกรรมของผู้บริโภค ความผูกพันกับห้างสรรพสินค้ามีการกำหนดไว้โดยมีผลผูกพันกับบุคคลที่กระทำพฤติกรรมต่อห้างสรรพสินค้า (Kiesler & Sakumura, 1966) ด้านมิติวัฒนธรรมของ Hofstede นับว่ามีคุณประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้ในการวิจัยเรื่องความภักดีของลูกค้าต่อห้างสรรพสินค้า งานวิจัยศึกษาวัฒนธรรมเป็นแนวทางหนึ่งที่สะท้อนมุมมองทางวัฒนธรรมในหลายมิติ คือ การศึกษามิติทางวัฒนธรรมของ Hofstede (Hofstede & Hofstede, 2005) ซึ่งเป็นแนวคิดที่สามารถอธิบายพฤติกรรมและการสื่อสารของผู้คนในสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกันและการศึกษามิติทางวัฒนธรรมของ Hofstede ต่อมาผู้นำแนวคิดทางวัฒนธรรมมาศึกษาวิจัยอย่างแพร่หลาย (Reisinger, 2009) วัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้ามีผลต่อรูปแบบการตัดสินใจและพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า

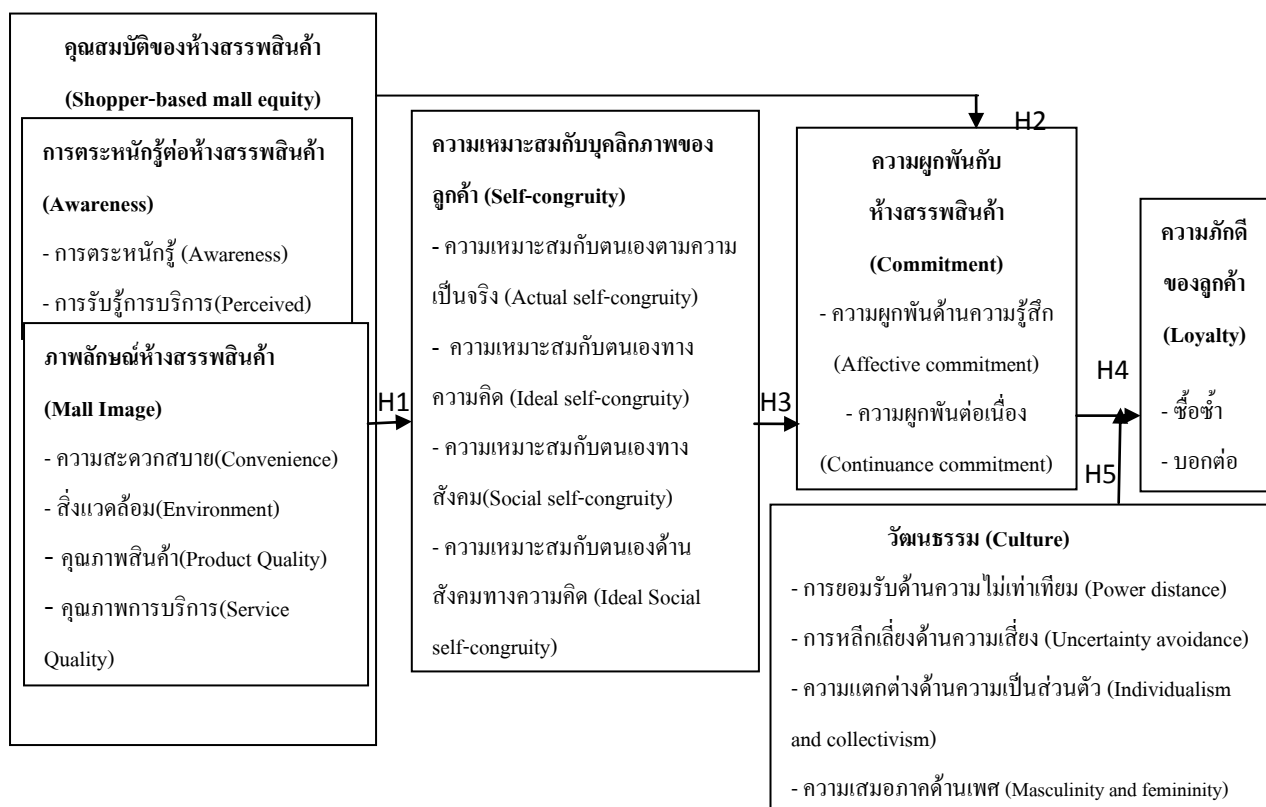
(Herbig, 1998) ในทศวรรษที่ผ่านมาความภักดีของห้างสรรพสินค้าได้กลายเป็นงานวิจัยอย่างกว้างขวาง (Pan & Zinkhan, 2006)

2. ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดในงานวิจัยนี้พัฒนามาจากแนวคิดคุณสมบัติของห้างสรรพสินค้าที่ส่งผลต่อลูกค้า ประกอบด้วย การตระหนักรู้และภาพลักษณ์ (El Hedhi & Chebat, 2008) เป้าหมายของแนวคิดนี้ คือ การเข้าถึงการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่มีต่อห้างสรรพสินค้า ซึ่งกำหนดจากมุมมองของลูกค้าในการสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อห้างสรรพสินค้า ทฤษฎีความผูกพัน Morgan & Hunt (1994) ศึกษาความสัมพันธ์ด้านการตลาดพบว่ามี ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าและความผูกพันที่เป็นโครงสร้างซึ่งนำไปสู่ความภักดีต่อห้างสรรพสินค้า แนวคิดความเหมาะสมด้านบุคลิกภาพของลูกค้า แสดงถึงการที่ลูกค้าคิดว่าตนเป็นลูกค้าประเภทใดที่เหมาะสมกับห้างสรรพสินค้านั้นๆ มีการวิจัยการค้าปลีกระหว่างความสัมพันธ์กับความเหมาะสมด้านบุคลิกภาพของลูกค้าโดย Samli & Sirgy (1981)

วัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญกับตราสินค้าเพื่อสร้างความภักดี จากแนวคิดวัฒนธรรมของ Hofstede มีการศึกษามิติทางวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การยอมรับด้านความไม่เท่าเทียม การหลีกเลี่ยงด้านความเสี่ยง ความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัวและความเสมอภาคด้านเพศ ซึ่งแนวคิดทางวัฒนธรรมนี้มีศึกษาวิจัยแพร่หลายและพบว่าวัฒนธรรมส่งผลต่อความภักดีของห้างสรรพสินค้า (Reisinger, 2009)

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานที่ 1 ภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความเหมาะสมด้าน
 คุณภาพของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 การตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความผูกพันกับ
 ห้างสรรพสินค้าของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ความเหมาะสมกับคุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความผูกพันกับ
 ห้างสรรพสินค้าของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ความผูกพันกับห้างสรรพสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้
 บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 วัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้
 บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร

5. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาองค์ประกอบสำคัญของความภักดีลูกค้าไทยต่อห้างสรรพสินค้า ได้แก่ การตระหนักรู้ต่อ
 ห้างสรรพสินค้า ภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้า ความเหมาะสมด้านคุณภาพของลูกค้า ความผูกพันกับ
 ห้างสรรพสินค้าและวัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้า

2. ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อห้างสรรพสินค้า

6. วิธีดำเนินการวิจัย

ประเภทการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี
 ลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่าแบบ ไคเกิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
 โดยการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และตรวจสอบความเที่ยง
 (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha coefficient) คำนวณขนาดกลุ่ม
 ตัวอย่างโดยใช้สูตร (Taro Yamane, 1973: 1,089) และเพื่อความมั่นใจและป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการเก็บ
 ข้อมูลจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร ควรกำหนดกลุ่มตัวอย่าง
 ประมาณ 15 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) เพราะกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ จะมีโอกาสที่ตัวแปรจะ
 มีการแจกแจงเป็นปกติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่น้อยกว่า Anderson Tatham & Black (1998) จากการวิจัยครั้งนี้มี
 ตัวแปรสังเกตได้ 94 ตัวแปร จึงสามารถคำนวณกลุ่มตัวแปรได้จำนวน 1,410 (94×15) นำแบบสอบถามไป
 ทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-test) กับกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น
 40 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในส่วนที่วัดองค์ประกอบของห้างสรรพสินค้า
 โดยพร้อมทั้งปรับปรุงข้อผิดพลาดเพื่อที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจาก
 ลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 แห่ง แบ่งตามเขตกรุงเทพมหานคร 6 เขต ซึ่งมี
 ทั้งหมด 10 แผนก ได้แก่ (1) เสื้อผ้า (2) กีฬา (3) เครื่องหนัง (4) เครื่องใช้ไฟฟ้า (5) เครื่องใช้ในครัวเรือน (6)
 เครื่องใช้สำนักงาน (7) เครื่องสำอางค์ (8) เครื่องประดับ (9) ซูเปอร์มาร์เก็ต (10) ฟู้ดเซ็นเตอร์ ใช้วิธีการคัดเลือก
 ตัวอย่างตามทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability sampling) แบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ทำการ

สำรวจเดือนพฤษภาคม ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2555 จำนวนทั้งสิ้น 1,410 คน การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 16.0 และ AMOS Version 6.0 โดยใช้ค่าสถิติอันได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

7. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	อิทธิพล	ยอมรับ/ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1 (H1) ภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้าที่ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร	DE = 0.669*	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 (H2) การตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าของลูกค้าที่ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร	DE = 0.603*	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 (H3) ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร	DE = 0.280*	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4 (H4) ความผูกพันกับห้างสรรพสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร	DE = 0.198*	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5 (H5) วัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร	DE = 0.979*	ยอมรับ

8. สรุปผลการวิจัย

คุณลักษณะส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 836 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 มีอายุ 20 - 29 ปี มากที่สุด จำนวน 828 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 1,364 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 มีรายได้ต่อเดือน 10,000-25,000 บาท จำนวนมากที่สุด 639 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 ส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด จำนวน 1,043 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวนมากที่สุด 541 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 891 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ 1 - 3 ครั้งโดยส่วนใหญ่ จำนวน 1,148 คน คิดเป็นร้อยละ 81.4 แผนกสินค้าที่ใช้บริการที่นิยมใช้บริการคือ แผนกเสื้อผ้า จำนวน 746 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9

องค์ประกอบของห้างสรรพสินค้าเกี่ยวกับคุณสมบัติห้างสรรพสินค้าที่มีผลกระทบต่อลูกค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครเห็นว่าคุณสมบัติของห้างสรรพสินค้าที่มีผลกระทบต่อลูกค้ามากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) โดยมีการตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้า และภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งการตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้าที่มีผลกระทบต่อลูกค้ามากที่สุด ได้แก่ การรับรู้คุณภาพการบริการของห้างสรรพสินค้าและการตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้า สำหรับภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าที่มีผลกระทบต่อลูกค้ามากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกสบายของห้างสรรพสินค้าและสภาพแวดล้อม คุณภาพการบริการ และมีผลกระทบต่อลูกค้าระดับมากที่สุด คุณภาพสินค้า ตามลำดับ

ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครเห็นว่าความเหมาะสมกับบุคลิกภาพมีผลกระทบต่อลูกค้ามากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$) โดยความเหมาะสมกับตนเองทางความคิด ความเหมาะสมกับตนเองตามความเป็นจริง ความเหมาะสมกับตนเองด้านสังคมทางความคิด และความเหมาะสมกับตนเองทางสังคม ต่างมีผลกระทบต่อลูกค้าระดับมากเช่นกัน

ความผูกพันกับห้างสรรพสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครมีความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) โดยมีความผูกพันด้านความรู้สึกและความผูกพันด้านความต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก

วัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครเห็นว่าวัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้า มีผลกระทบต่อลูกค้าในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) โดยการยอมรับด้านความไม่เท่าเทียม ความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว ความเสมอภาคด้านเพศ การหลีกเลี่ยงด้านความเสี่ยงต่างมีผลกระทบต่อลูกค้าในระดับมาก

ความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครมีความภักดีต่อห้างสรรพสินค้าในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) โดยเป็นการซื้อซ้ำมากที่สุด และเป็นการบอกต่อกันมาก ซึ่งมีการบอกต่อมากเกี่ยวกับการบอกต่อสิ่งที่ดีที่ลูกค้าได้รับจากห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ให้ผู้อื่นฟังและการแนะนำให้ญาติพี่น้องและเพื่อนๆ มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ รวมถึงการซื้อซ้ำ ระดับมากที่สุดเกี่ยวกับการเชื่อมั่นว่าห้างสรรพสินค้าแห่งนี้สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ การซื้อซ้ำระดับมากเกี่ยวข้องกับการมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ซ้ำอีกอย่างแน่นอนในอนาคต และการเชื่อมั่นที่จะใช้บริการบริการห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ถึงแม้ว่าจะมีบุคคลอื่นแนะนำให้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าแห่งอื่นที่ไม่ใช่ห้างสรรพสินค้าแห่งนี้

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่า การตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้าส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$) โดยต่างมีความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient = 0.059, 0.018 และ 0.027 ตามลำดับ) และความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าและวัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้ามีความสัมพันธ์ทางตรงต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$) โดยต่างมีความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient = 0.198 และ 0.979 ตามลำดับ)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า (H1) ภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร (H2) การตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร (H3) ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความผูกพันกับห้างสรรพสินค้าของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร (H4) ความผูกพันกับห้างสรรพสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร (H5) วัฒนธรรมกับห้างสรรพสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งทั้ง 5 สมมติฐานต่างยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

9. อภิปรายผล

การศึกษานี้อธิบายองค์ประกอบสำคัญของความภักดีแสดงให้เห็นว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญกับการใช้บริการของลูกค้าส่งผลกระทบท่อลูกค้ามีส่วนช่วยในการสร้างความภักดีของห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้เพื่อการค้นหากลุ่มของความสัมพันธ์ที่เข้าใจได้ง่ายขึ้น การทดสอบองค์ประกอบความภักดีของห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานในการพัฒนาความภักดี ซึ่งทุกปัจจัยได้สร้างความภักดีกับห้างสรรพสินค้า ลูกค้าที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครเห็นว่า แต่ละปัจจัยส่งผลกระทบต่อลูกค้าระดับมาก จะส่งผลในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

การศึกษานี้ขององค์ประกอบของห้างสรรพสินค้าพบว่า คุณสมบัติของห้างสรรพสินค้าที่มีผลกระทบต่อลูกค้าประกอบด้วย สองส่วน คือ การตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้าและภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้า การตระหนักรู้ต่อห้างสรรพสินค้าลูกค้าสามารถจะรับรู้ในเชิงบวกต่อห้างสรรพสินค้า สามารถจดจำลักษณะของห้างสรรพสินค้า และสามารถแยกลักษณะภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าแต่ละแห่งได้โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าของคู่แข่งจนสอดคล้องกับงานวิจัยของ El Hedhli & Chebat (2008) สามารถอธิบายถึงความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้าส่งผลกระทบต่อความภักดีกับห้างสรรพสินค้าซึ่งถ้าลูกค้าพบความเหมาะสมระหว่างภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าและภาพลักษณ์ของลูกค้า สามารถสร้างความประทับใจต่อห้างสรรพสินค้า ภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าประกอบด้วย ความสะอาดสบาย สิ่งแวดล้อม คุณภาพสินค้า คุณภาพการบริการเป็นภาพในความคิดของลูกค้าเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากแต่ไม่สามารถอธิบายลักษณะนิสัยลูกค้าได้ทั้งหมดตรงกับงานวิจัยของ El Hedhli & Chebat (2008)

ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้า ประกอบด้วย ความเหมาะสมกับตนเองตามความเป็นจริง ความเหมาะสมกับตนเองทางความคิด ความเหมาะสมกับตนเองทางสังคม ความเหมาะสมกับตนเองด้านสังคมทางความคิด พบว่า ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้าสร้างขึ้นเพราะลูกค้ามีความเข้าใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของลูกค้าบนพื้นฐานของแนวความคิดภาพลักษณ์ห้างสรรพสินค้า เช่น ความสะอาดสบาย สภาพแวดล้อมของห้างสรรพสินค้า คุณภาพของสินค้าและบริการของห้างสรรพสินค้า อธิบายได้ว่าลูกค้ามักจะซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าที่มีภาพลักษณ์คล้ายกับตนเองสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sirgy et al. (2000) ความเหมาะสมด้านบุคลิกภาพของลูกค้าจะส่งผลด้านบวกกับความผูกพันกับห้างสรรพสินค้า ดังงานวิจัยที่สอดคล้องกับความผูกพัน

กับห้ำสรรพสินค้ำค้ำงานวิจัยของ Crosby & Taylor, (1983) และ Pritchard et al., (1999)

ความผูกพันกับห้ำสรรพสินค้ำประกอบด้วย ความผูกพันด้านความรู้สึก ความผูกพันต่อเนื่อง พบว่าความผูกพันกับห้ำสรรพสินค้ำของลูกค้ำและความภักดีลูกค้ำเป็นผลมาจากความเหมาะสมกับบุคลิกละของลูกค้ำ ป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเลือกห้ำสรรพสินค้ำมากกว่าภาพลักษณ์จริง ความผูกพันและความภักดีต่อห้ำสรรพสินค้ำส่งผลต่อความภักดีในทางบวกสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bandyopadhyay & Martell (2007)

มิติวัฒนธรรมของ Hofstede จากการวิจัยนี้ผลการวิจัยแสดงให้เห้นว่าลักษณะทางวัฒนธรรมกับห้ำสรรพสินค้ำ ประกอบด้วย การยอมรับด้านความไม่เท่าเทียม การหลีกเลี่ยงด้านความเสี่ยง ความแตกต่างด้านความเป็นส่วนตัว ความเสมอภาคด้านเพศ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของลูกค้ำที่ใช้บริการห้ำสรรพสินค้ำ (Herbig, 1998)

10. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การนำงานวิจัยมาใช้ปฏิบัติกร ต้องใช้หลักการดังนี้ คือ 1) คุณสมบัติห้ำสรรพสินค้ำที่มีผลกระทบต่อลูกค้ำประกอบด้วยการตระหนักรู้ต่อห้ำสรรพสินค้ำและภาพลักษณ์ 2) ความเหมาะสมกับบุคลิกละของลูกค้ำ 3) ความผูกพันกับห้ำสรรพสินค้ำ และ 4) วัฒนธรรมกับห้ำสรรพสินค้ำ การจัดการห้ำสรรพสินค้ำ ในการดำเนินงานของห้ำสรรพสินค้ำควรใช้เครื่องมือติดต่อทางตลาดแตกต่างกัน เพื่อสร้างและเพิ่มการแสดงความตัวของห้ำสรรพสินค้ำไปสู่สายตาของลูกค้ำหรือเรียกว่าเพิ่มการตระหนักรู้ของห้ำสรรพสินค้ำ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเหมาะสมกับบุคลิกละของลูกค้ำ ดังนั้นการจัดการห้ำสรรพสินค้ำควรสร้างและรักษาภาพลักษณ์ไว้โดยการจัดสร้างประวัติลูกค้ำประจำและสร้างการติดต่อสื่อสารทางการตลาดเพื่อเพิ่มความเหมาะสมกับบุคลิกละของลูกค้ำ โดยการค้นคว้านี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อห้ำสรรพสินค้ำ ซึ่งผู้บริหารห้ำสรรพสินค้ำสามารถนำมาปรับใช้ในหลายด้าน คือ เพิ่มเครื่องมือซึ่งวัดองค์ประกอบของห้ำสรรพสินค้ำ ทำให้สามารถพัฒนาในส่วนที่บกพร่องของห้ำสรรพสินค้ำและผู้บริหารห้ำสรรพสินค้ำสามารถประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมทางการตลาด ดังนั้นผู้บริหารห้ำสรรพสินค้ำจะสามารถจัดสรรนโยบายที่เหมาะสมแก่ห้ำสรรพสินค้ำเพื่อสร้างความภักดีของลูกค้ำที่มาใช้บริการห้ำสรรพสินค้ำ

งานวิจัยเพิ่มเติม ด้านปัจจัยตัวแปร ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมปัจจัยอื่น เช่น ปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้ำ หลังจากมีการเปิดเขตการค้า ประชาคมอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ควรทำการศึกษาห้ำสรรพสินค้ำประเภทอื่น (เช่น ห้ำสรรพสินค้ำต่างจังหวัด) มีการศึกษาครอบคลุมเรื่องอื่นให้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น ควรศึกษาลูกค้ำในชนบท มีการตรวจสอบถึงองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ฐานะทางสังคม ลักษณะและพฤติกรรมของการเลือกซื้อสินค้ำของลูกค้ำใช้บริการห้ำสรรพสินค้ำ

บรรณานุกรม

สลิณญา นิยมศิลป์ชัย. 2552. “ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการห้ำของลูกค้ำศูนย์การค้าแห่งหนึ่ง ย่านราช

ประสงค์.” สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณคดีวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- Adams, J., & Jones, W. 1997. The conceptualization of marital commitment: An integrative analysis. **Journal of Personality and Social Psychology**. 72(5), 1177-1196.
- Babin, B.J., & Attaway, J.S. 2000. "Atmospheric affect as a tool for creating value and gaining share of customer." **Journal of Business Research**. 49 (2), 91-100.
- Bandyopadhyay, S., Martell, & M. 2007. Does attitudinal loyalty influence behavioral loyalty? A theoretical and empirical study. **Journal of Retailing and Consumer Services**. 14(1), 35-44.
- Crosby, L.A., & Taylor, J.R. 1983. "Psychological commitment and its effects on post- decision evaluation and preference stability among voters." **Journal of Consumer Research**. 9 (3), 413-431.
- Hedhli, K.E., & Chebat, J.C. 2008. "Developing and validating a psychometric shopper-based mall equity measure." **Journal of Business Research**. 62(6), 581-587.
- Herbig P. 1998. **Handbook for Cross Cultural Marketing**. The International Business Press, Binghamton, N.Y. Consumer-Based Mall Equity Measure." **Journal of Business Research**. 62(6), 581-587.
- Hofstede, G. & Hofstede, G.J. 2005. **Cultures and Organizations. Software of the Mind** (2nd edn). New York: McGraw-Hill.
- Gale, Bradley. 1992. "Monitoring Customer Satisfaction and Market-Perceived Quality." **Worth Repeating Series**, No. 922CSO1. Chicago, American Marketing Association.
- Jacoby, J. & Chestnut, R. W. 1978. **Brand Loyalty: Measurement and Management**. New York: John Wiley.
- Keller, K.L. 1993. "Conceptualizing, measuring and managing customer-based brand equity." **Journal of Marketing**. 57 (1), 1-22.
- Kiesler, C, & Sakumura, J. 1966. A test of a model of commitment. **Journal of Personality and Social Psychology**. 3, 349-353.
- Millar, M.G., Tassar, A. 1986. "Thought-induced attitude change: the effects of schema structure and commitment." **Journal of Personality and Social Psychology**. 51 (2), 259-269
- Morgan, R., & Hunt. S. 1994. The commitment-trust theory of relationship marketing. **Journal of Marketing**. 58(7), 20-38.
- Pan, Y., & Zinkhan, G.M., 2006. Determinants of retail patronage: a meta-analytical perspective. **Journal of Retailing** 82 (3), 229-243.
- Pearce, R.D. 1997. **Global competition and technology basingstoke**. London: Macmillan.
- Pritchard, M.P., Havitz, M.E., Howard, D.R. 1999. "Analyzing the commitment-loyalty link in service contexts." **Journal of the Academy of Marketing Science**. 27 (3), 333-348.
- Reisinger, Y 2009. "Cultural Influences on Intercultural Communication." **International Tourism: Cultures and Behaviour**, Butterworth-Heinemann, Jordan Hill, Oxford, United Kingdom, Chapter 7, 165-198.

Robert S., & Patrick M. 2005. **The Nordstrom Way to Customer Service Excellence: A Handbook for Implementing Great Service in Your Organization.** Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Samli, A.C., & Sirgy, M.J. 1981. A multidimensional approach to analyzing store loyalty: A predictive model. In K. Bernhardt & B. Kehoe (Eds.), **The changing marketing Environment: New theories and applications.** (p. 113-116). Chicago, IL: American Marketing Association.

Wright, C. & Sparks, L. 1999. "Loyalty Saturation in retailing: exploring the end of retail loyalty cards." **International Journal of Retail & Distribution Management.** Vol. 27 No. 10. pp. 429-439

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน
FACTORS INFLUENCING EMPLOYEES QUALITY OF WORKLIFE IN
PRIVATE UNIVERSITIES

ธิตีรัตน์ เจียมบุญศรี

นักศึกษานิเทศศาสตร์ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: thitirat24@hotmail.com

ดร.ประเสริฐ ลิทธิจิระวัฒน์

E-mail: prasert.si@spu.ac.th

ดร.นพคุณ ทอดสนิท

E-mail: arttodsni@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ บุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร 3 แห่ง ประกอบด้วย บุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 330 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจ ความเครียดในการทำงาน และคุณภาพชีวิตในการทำงาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การทดสอบค่า t-test F-test และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regressions) มีผลการศึกษาดังนี้ (1) คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.26 คะแนน) (2) ปัจจัยบุคคลด้านอายุและรายได้ มีผลทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ยกเว้นด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ไม่มีผลทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น (3) ปัจจัยแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า ส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น (4) ปัจจัยค่าจ้างหรือปัจจัยอ้อม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านเงินเดือน สถานะทางอาชีพ ความมั่นคงในงาน และวิธีการปกครองบังคับบัญชา ส่งผลให้คุณภาพชีวิตในการทำงานในการทำงานดีขึ้น ยกเว้น ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน นโยบายและการบริหารขององค์กร สภาพการทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว และความก้าวหน้าในอนาคต ไม่ทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น (5) ปัจจัยความเครียด ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังนั้น หากบุคลากรบริหารจัดการความเครียดได้ดี จะทำให้คุณภาพชีวิตการทำงานดีขึ้น

คำสำคัญ : คุณภาพชีวิตการทำงาน แรงจูงใจ ความเครียด

ABSTRACT

The purpose of this study aimed to investigate the factors that influencing the quality of personnel working life in private universities in Bangkok area. Employees working in private universities throughout Bangkok were selected as sample. The informants consisted of 330 universities employees from both academic and support staffs. The data was collected using questionnaires which were the questionnaires related to personal characteristics, motivation factors, the stress in workplace and the quality of working life. The obtained data were analyzed by statistics which are t-test, one-way ANOVA and Multiple Regressions. The major findings were as follows: (1) The Quality of working life of employees in private universities which located in Bangkok represented at the moderate level. (2) Individual factors particularly on age and income resulted in better quality of working life. In contrast the issues of sex, marital status, education level and working duration obviously showed there was no matter what they expect to gain better quality of working life with those factors. (3) The motivator factors such as factor of job achievement, self-esteem needs, job characteristics, job responsibilities and opportunity of continued growth were positively affecting quality of working life. (4) The hygiene factors for instance the adequate and fair salary and compensation, job position, job security and administrative supervisory could raise individuals' better quality of working life whereas the relationship among supervisor, subordinate and colleague, management policy, working environment, privacy in workplace and further success tended to have no influence in quality of life at work. (5.) Stress factors affected to the quality of work life with the statistical significance at 0.05. Therefore, the effective stress management could fulfill higher quality of working life for employees.

KEYWORDS : Quality of work life motives stress

บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นองค์กรที่ปฏิบัติหน้าที่เช่นเดียวกับสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ในการผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ โดยมีบทบาทและภารกิจหลัก 4 ประการ คือ 1) บทบาทด้านการสอนและผลิตบัณฑิต:สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีหน้าที่รับผิดชอบในการสอนระดับอุดมศึกษา เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในระดับสูงเช่นเดียวกับสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 2) บทบาทด้านการวิจัย: สถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีฐานะเป็นมหาวิทยาลัย วิทยาลัย และสถาบันมีภารกิจในด้านการวิจัยควบคู่ไปกับการสอนและการผลิตบัณฑิต 3) บทบาทด้านบริการทางวิชาการแก่สังคม : โดยจัดโครงการต่างๆ ที่ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม เช่น ด้านกฎหมาย ด้านบริหารธุรกิจ ด้านสุขภาพอนามัยและการประกอบอาชีพอื่นๆ 4) บทบาทด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของชาติ : เพื่อดำเนินการในการส่งเสริมอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทย อันเป็นเอกลักษณ์ของชาติให้คงอยู่และพัฒนาให้เจริญยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยเอกชน เป็นสถาบันการศึกษาที่ปฏิบัติการหลักเช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยของรัฐ ในการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถออกสู่สังคม เพื่อพัฒนาประเทศต่อไป มหาวิทยาลัยจะเจริญก้าวหน้ามากขึ้น

เพียงใด ต้องประกอบด้วยบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และมีอุดมการณ์เดียวกัน ดังนั้น มหาวิทยาลัยต้องมีระบบการบริหารจัดการคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรที่ดี จะทำให้บุคลากรมีสุขภาพกาย สุขภาพใจที่ดี ทำงานอย่างมีความสุข เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานมากขึ้น

คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of work life) เป็นการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้บุคลากรมีความสุขกับการทำงาน ส่งผลต่อความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง ต่องาน และต่อองค์กร รวมทั้งการให้บุคลากรได้รับการศึกษาและการอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นนอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมในเรื่องสุขภาพจิต ช่วยให้เจริญก้าวหน้า มีการพัฒนาตนเองให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพขององค์กร ในการแสดงศักยภาพของตนเองออกมาอย่างเต็มที่ และยังช่วยลดปัญหาการขาดงาน การลาออก ลดอุบัติเหตุ และส่งเสริมให้ได้ผลผลิตและการบริการที่ดี ทั้งคุณภาพและปริมาณ เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนเป็นแรงจูงใจการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและได้รับประสิทธิผลมากขึ้น (กาหลง กลิ่นจันทร์, 2547: หน้า 2)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ โดยใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงแก้ไข และการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และบรรลุเป้าหมายขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.21 คะแนน)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยค่าจ้างหรือปัจจัยอ้อมมีผลส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยความเครียดส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

จากการศึกษาแนวความคิดด้านคุณภาพชีวิตการทำงานในการทำงาน ผู้วิจัยจึงสร้างกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยตามแนวคิดของ Richard E. Walton (1974 อ้างถึงใน พระมหาชนพล ธนุสนธิ์, 2552) ได้กล่าวถึงเกณฑ์สำหรับคุณภาพชีวิตในการทำงาน 8 ประการ ประกอบด้วย 1) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (Equity and fair compensation) 2) โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของตนเอง (Opportunity for Development and Using

Human Capacity) 3) บูรณาการทางสังคมหรือสังคมสัมพันธ์ (Social Integration) 4) ธรรมนูญในองค์กรหรือสิทธิของพนักงาน (Constitutionalism or Employee Rights) 5) ความสมดุลระหว่างชีวิตงานและชีวิตด้านอื่น (Work and Total Life Space Balance) (6) สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and healthy Working conditions) (7) โอกาสก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (Opportunity for Continued Growth and Security) (8) ความเป็นประโยชน์ต่อสังคม (Social Relevance of Work Life)

การวิจัยคุณภาพชีวิตการทำงานเป็นตัวแทนที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านแรงจูงใจตามทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg และปัจจัยความเครียดของ Robbins ดังนี้

- ปัจจัยด้านแรงจูงใจ Herzberg (1959 อ้างถึงใน จตุรงค์ คลังชำนาญ, 2539) ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยกระตุ้น (Motivation Factor) ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) ลักษณะงานที่ปฏิบัติอยู่ (Work Itself) ความรับผิดชอบ (Responsibility) และความก้าวหน้า (Advancement) (2) ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) หรือปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factor) ประกอบด้วย เงินเดือน (Salary) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation with Superiors, Subordinates, Peers) สถานะทางอาชีพ (Status) นโยบายและการบริหารงานขององค์กร (Company Policy and Administration) สภาพการทำงาน (Working Conditions) ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life) ความมั่นคงในงาน (Security) ความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) และวิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา (Supervision Techniques)

- ปัจจัยความเครียดของ Robbins (1996 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541:290) ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) ด้านองค์กร (Organizational Factor) และด้านตัวบุคคล (Individual Factors)

วิธีการดำเนินวิจัย

วิธีการวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

• ประชากร

บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน ที่ปฏิบัติหน้าที่ในมหาวิทยาลัยเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 แห่ง เป็นมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ มหาวิทยาลัยขนาดกลาง และมหาวิทยาลัยขนาดเล็กตามลำดับ

• กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย บุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 330 คน จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดกลุ่มประชากรใช้สูตรความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ Taro Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.95 ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05

เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ขึ้นจากแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็นแบบสอบถาม 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านแรงจูงใจการทำงาน ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านความเครียดในการทำงาน ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

เกณฑ์การให้คะแนนเป็นการกำหนดระดับคะแนนเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามนำไปใช้ประเมินข้อความในแต่ละข้อว่าตนเองอยู่ในระดับใด เป็นข้อคำถามแบบ Rating scale (ศิริวรรณ และคณะ, 2541) โดยแบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

การแปลผลความหมายของคะแนนโดยใช้คะแนนเฉลี่ย (Mean) ของคะแนนเป็นตัวชี้วัดโดยกำหนดเกณฑ์ โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด	=	5 - 1	=	0.8
จำนวนช่วง		5		
4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด		
3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับมาก		
2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง		
1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย		
1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด		

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

1. การหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity)

นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงในเนื้อหา (Validity) โดยหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC)

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) แล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับบุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (ยูทพงษ์ กัวยวรรณ, 2543: หน้า 137)

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 330 ชุด ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับสลากเลือกสถานศึกษา จำนวน 3 แห่ง จากกลุ่มมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ มหาวิทยาลัยขนาดกลาง และมหาวิทยาลัยขนาดเล็ก ดังนี้

- มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 157 ชุด
- มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต จำนวน 115 ชุด
- มหาวิทยาลัยเกริก จำนวน 58 ชุด

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.21 คะแนน) โดยใช้สูตรค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานกลุ่มประชากรเดียว
2. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคคล ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตร ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณภาพชีวิต
3. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยค่าเงินหรือปัจจัยอนามัย และระดับความเครียดที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยใช้สูตรวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regressions)

สรุปผลการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.21 คะแนน) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนบุคลากร 325 คน มีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานเฉลี่ย 3.2567 คะแนน หรือ 3.26 คะแนน
- สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยบุคคลของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ไม่มีความแตกต่างกัน ยกเว้นด้านอายุ รายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05
- สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน และมีความสัมพันธ์อยู่ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

- สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยค่าจ้างหรือปัจจัยอนามัย ส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยค่าจ้างหรือปัจจัยอนามัย ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน และมีความสัมพันธ์อยู่ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

- สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยความเครียดส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยความเครียด ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความสัมพันธ์อยู่ในทิศทางเดียวกัน หมายถึง ถ้าบุคลากรการจัดการด้านความเครียดในระดับสูง จะมีคุณภาพชีวิตในการทำงานสูงด้วยเช่นกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

อภิปรายผล

1. คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.26 คะแนน) ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.2567 คะแนน หรือมีค่าเฉลี่ย 3.26 คะแนน ซึ่งต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ปัจจุบันองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ประสบกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ จึงต้องวิธีแก้ไขปัญหามาและพยายามปรับตัว โดยลดต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่างๆ ปรับเปลี่ยนโครงการสร้างการทำงานใหม่ อาจส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย วิทวารากรณ์ (2548) ที่พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการมีคุณภาพชีวิตทั้ง 8 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน

2. ปัจจัยบุคคลด้านอายุและรายได้ มีผลทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น ยกเว้น ด้านเพศ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ไม่มีผลทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันท์ กรอบรูป (2549) พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1 ในด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา มีคุณภาพชีวิตการทำงานไม่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยแรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า ส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า เป็นแรงจูงใจสิ่งสำคัญที่ทำให้บุคลากรรู้สึกดี และสามารถทำงานได้อย่างมีความสุข เพราะเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ส่งผลต่อความสำเร็จและมีผลงานที่ดีด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แ่งน้อย สุทธิวิทินฤพนธ์ และคณะ (อ้างถึงใน กัญญามาน อินทวงศ์และคณะ, 2548: 32) ที่พบว่า ความสำเร็จในการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา ภาวะภูมิใจในองค์กร การได้รับการยอมรับนับถือ อำนาจ ความรับผิดชอบ และสถานภาพทางอาชีพ เป็นปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

4. ปัจจัยค่าจ้างหรือปัจจัยอนามัย ประกอบด้วย ด้านเงินเดือน สถานะทางอาชีพ ความมั่นคงในงาน และวิธีการปกครองบังคับบัญชา ส่งผลให้คุณภาพชีวิตการทำงานดีขึ้น เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า แรงจูงใจด้านปัจจัยค่าจ้างหรือปัจจัยอนามัย เป็นปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ที่กระตุ้นให้บุคลากรมีความพึงพอใจที่จะทำงาน ยกเว้น ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน นโยบายและการบริหารขององค์กร สภาพการทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว และความก้าวหน้าในอนาคต ไม่ทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น

ขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เสาวภาคย์ ดีวาจา (2529) ที่พบว่า ความสัมพันธ์ของ คุณภาพชีวิตในการทำงาน ประกอบด้วยปัจจัยด้านหรือปัจจัยนามัย ทำให้คุณภาพชีวิตการทำงานดีขึ้นและ ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน

5. ปัจจัยความเครียด ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความสัมพันธ์อยู่ในทิศทางเดียวกัน หมายถึง ถ้าบุคลากรบริหารจัดการความเครียดได้ดี จะมีคุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ภทรา ธีรลาภ (2545) ที่พบว่า ความเครียดจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในเชิงลบ ทำให้ บุคลากรไม่สามารถใช้ศักยภาพได้อย่างเต็มที่ ผลการปฏิบัติงานก็จะลดลงส่งผลต่อองค์กรในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดสรรงบประมาณด้านสวัสดิการ รวมทั้งส่งเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีในสถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อม เพื่อให้คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรของมหาวิทยาลัยดีขึ้น
2. จัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้เป็นอย่างดี และ พัฒนาระบบการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัยควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร
3. จัดหาอุปกรณ์/เครื่องมือ เพื่อช่วยสนับสนุนการทำงานบุคลากร และลดขั้นตอนในการทำงานให้ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรให้ทันต่อความต้องการของ ผู้ใช้บริการ
4. ควรให้บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วม และยอมรับเกณฑ์การประเมินผลปฏิบัติงาน ตลอดจนระเบียบการ ปฏิบัติ รูปแบบ ผลการประเมินการปฏิบัติงาน เพื่อให้บุคลากรได้ปรับปรุงพฤติกรรมหรือผลการปฏิบัติให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
5. ควรสร้างโอกาสในการก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นแก่บุคลากร และเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนมีสิทธิ เท่าเทียมกัน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน ทำให้รู้สึกว่าคุณเองมีโอกาที่จะพัฒนา เติบโต ในสาย อาชีพที่ทำอยู่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขต กรุงเทพมหานคร มีข้อจำกัดคือ ขนาดและพื้นที่ตั้งขององค์กร ทำให้จำนวนกลุ่มประชากรที่ใช้การศึกษาวิจัยมี จำกัด ดังนั้น ควรขยายการศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยค่าตอบแทนและสวัสดิการ แรงจูงใจในการปฏิบัติ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการ ปฏิบัติงานของบุคลากร
2. ควรขยายกลุ่มประชากร โดยเปรียบเทียบระหว่างองค์กรและองค์กรที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อ เปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงาน และปัจจัยด้านความพึงพอใจในการทำงาน จะส่งผลต่อการปฏิบัติงาน หรือไม่ และปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในองค์กรได้ หรือไม่

3. ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพชีวิตร่วมด้วย เพื่อเก็บข้อมูลปัจจัยต่างๆ ในเชิงลึก ซึ่งจะได้ผลที่ตรงกับความเป็นจริงสูงกว่าการใช้วิธีวิจัยด้านปริมาณอย่างเดียว

รายการอ้างอิง

กัญญาณ อินหว่างและคณะ. 2548. **กำลังขวัญในการปฏิบัติงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน**

เขตกรุงเทพมหานคร. งานวิชาการ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.

กาหลง กลิ่นจันทร์. 2547. **คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.**

การศึกษาค้นคว้าอิสระ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

จตุรงค์ คลังชำนาญ. 2539. **ความพึงพอใจในการปรับปรุงโครงสร้างกรมตำรวจของนายตำรวจ**

ระดับสารวัตรสังกัดตำรวจภูธร จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชาญชัย วิทยาการกรณ. 2548. **คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ**

กรณีศึกษา บริษัท กรีนทิม จำกัด. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาลัยการ

บริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

บุญส่ง โกสะ. 2542. **วิธีวิจัยทางพลศึกษา = Research Methods in Physical Education.** กรุงเทพฯ : ภาควิชาพล

ศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประกอบ คุปรัตน์. 2533. **โครงการวางแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี (2531-2545) โครงการวิจัยที่ 4.1: เรื่อง**

บทบาทอุดมศึกษาเอกชน. กรุงเทพฯ : ทบวงมหาวิทยาลัย.

พระมหาธนพล ฐานสนธิ. 2552. **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน**

และผลปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทสีซึ่งแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร

มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ภัทรา ธีรลาภ. 2545. **การให้บริการคลายความเครียดใน รพศ., รพท., รพช. ในเขต 4. วารสารสุขภาพจิตแห่ง**

ประเทศไทย 10 (3) : 101

บุทพงษ์ กัยวรรณ. 2543. **พื้นฐานการวิจัย.** กรุงเทพมหานคร. สุวีริยาสาสน์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **พฤติกรรมองค์กร.** กรุงเทพมหานคร : บริษัท ชีระฟิล์มและโซลาร์เทค จำกัด.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. 2550. **ประเภทมหาวิทยาลัย:** www.mua.go.th.

เสาวภาคย์ ดีวาจา. 2529. **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานส่งเสริมการเกษตรของบริษัท**

เอกชน. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อนันท์ กรอบรูป. 2549. **คุณภาพชีวิตในการทำงานของผู้บริหารสถานศึกษาลำดับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา**

สุพรรณบุรี เขต 1. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา ภาควิชาการ

บริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Herzberg, F., B. Mausner and B. Snyderman. 1959. **The Motivation to Work.** New York: John

Wiley and Sons, Inc.

Robbins, S. P. & Judge, T. A. 2011. **Organizational Behavior** (14th Edition). Pearson Prentice Hall: Upper

Saddle River, NJ.

ปัจจัยสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี

FACTORS SUPPORTING FEMALE MIDDLE MANAGER'S TRAIT

พรพรรณ แยมมีศรี

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: pornpun.ya@spu.ac.th

ดร.ประเสริฐ ลิทธิจิระวัฒน์

E-mail: prasert.si@spu.ac.th

ดร.นพคุณ ทอดสนิท

E-mail: arttodsni@yaho.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี และเพื่อศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัว ค่านิยมในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน ในการศึกษาครั้งนี้ประชากรคือผู้จัดการสาขาหรือผู้ช่วยผู้จัดการสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 13 ธนาคาร มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 1,954 สาขา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้จัดการสาขาและผู้จัดการสาขาธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 4 แห่ง จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีลักษณะสอดคล้องเป็นลำดับขั้นที่ลดหลั่น เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิชนิดที่เป็นสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบถามคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านครอบครัว ส่วนที่ 3 ค่านิยมในการทำงาน ส่วนที่ 4 เป็นแรงจูงใจในการทำงาน และส่วนที่ 5 คุณลักษณะของผู้บริหารสตรี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ANOVA และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regressions)

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารสตรีในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสและด้านประสบการณ์การทำงานของผู้บริหารสตรี มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ยกเว้นด้านการศึกษา ไม่มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ปัจจัยด้านครอบครัว มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ค่านิยมในการทำงาน มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี และแรงจูงใจในการทำงาน มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ : คุณลักษณะ ผู้บริหารสตรี

ABSTRACT

The purpose of this study was to study the difference of middle manager's trait and to study factors supporting female middle manager's trait : personal factors family factors work values and work motivation in working. In this study population is a branch manager or assistant branch manager of Thai commercial Bank in Bangkok and its vicinity, including 13 banks with 1,954 branches. The population in this study is totally 200 persons (female manager and female assistant manager) of Thai Commercial Bank in Bangkok and its vicinity) by using a multistage random sampling procedure. A sampling of the population that is inserted in the descending hierarchy of the stratified random sampling of total landscape. The instruments used for collecting data were five sets. The statistical devices used in the study included percentage, means, standard deviation, t-test ANOVA and multiple regression. The summary of the findings were as follow: (1) middle manager's trait was rated at a high level,(2) personal factors married status and experience were significantly related except educational factors, (3) family factors were significantly related, (4) work values were significantly related and (5) work motivation were significantly related.

KEYWORDS: trait, middle manager's

บทนำ

ในอดีตบทบาทสตรีกับบุรุษมีความแตกต่างกัน สังคมไทยโดยรวมไม่เปิดโอกาสให้กับสตรีได้เป็นผู้นำ แสดงความรู้และความสามารถ เนื่องจากค่านิยมและความเชื่อที่มองว่าสตรีเป็นเพศที่อ่อนแอกว่าผู้ชาย ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ หากให้สตรีเป็นผู้นำ อาจทำให้องค์กรหรือประเทศประสบกับปัญหาได้ ปัจจุบันประชากรของโลกอย่างน้อยครึ่งหนึ่งเป็นสตรี (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2554) และทุกวันนี้สตรีก้าวมาอยู่แนวหน้าเทียบเท่ากับผู้ชายในหลายบทบาท ตั้งแต่บทบาทในบ้านและนอกบ้าน ทั้งในสังคมชนบทและสังคมเมือง (สุรจิตต์ อินทรจิต : 2554) สังคมในระดับโลกให้การยอมรับสตรีมากขึ้น องค์กรขนาดใหญ่ในไทยเปิดโอกาสให้สตรีได้มีบทบาทหน้าที่เป็นผู้นำสูงสุดขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ไม่นับการเปลี่ยนแปลงในองค์กรภาครัฐและเอกชน ที่มีผู้นำเป็นสตรีเพิ่มมากขึ้น โดยผู้นำสตรีต้องเผชิญกับความท้าทายและแรงกดดันมากกว่าผู้นำที่เป็นผู้ชาย เพราะสังคมจะมีความคาดหวังในความสำเร็จมากกว่าผู้นำที่เป็นผู้ชาย ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่งในประเทศไทย เมื่อมีการก้าวขึ้นมาในตำแหน่งระดับผู้นำที่สำคัญของสตรีในสังคมไทยอีกครั้ง หลังการเลือกตั้งครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ที่ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีหญิงคนแรกของประเทศไทย การได้รับตำแหน่งในครั้งนี้ ย่อมมีผลต่อสังคมสตรีไม่มากนักน้อย โดยเฉพาะการบริหารทั้งแวดวงธุรกิจและการทำงานในองค์กร

ผู้บริหารในฐานะผู้นำองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญพื้นฐานหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน สร้างความพอใจ สร้างขวัญ และประสิทธิภาพขององค์กร การศึกษาคุณลักษณะผู้นำ จึงเป็นการค้นหาแนวทางในการทำงานให้ประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายดังที่ได้ตั้งไว้ (อัคราธร สังมณีโชติ ;2550 : 12) ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาไปที่ปัจจัยสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีในธนาคารพาณิชย์ไทย เพื่อที่จะได้ทราบว่าอะไรคือ

ปัจจัยสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีและในอนาคตอาจมีการต่อยอดผลการศึกษาเพื่อวางแผนการพัฒนาสตรีไทยในองค์กรเพื่อเตรียมตัวสู่การเป็นผู้บริหารสตรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัว ค่านิยมในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน

กรอบแนวคิด

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีสามารถสรุปที่มาของกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย

1.3.1 ตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ในที่นี้หมายถึง ทูมนมนุษย์ที่บุคคลมีอยู่และมีส่วนช่วยให้บุคคลประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น Melamed (1995) ทูมนมนุษย์ที่มีผลต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และสถานภาพสมรส ส่งผลสนับสนุนต่อการเป็นผู้บริหารสตรี ตามงานวิจัย นพวรรณ เจริญทรัพย์ (2552); นิพนธ์ ศศิธรเสาวภา (2552); โชติมา แก้วทอง (2550); บารนี บุญทรง (2545)

1.3.2 ปัจจัยด้านครอบครัว ตัวแปรที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา ประกอบด้วย ความทุ่มเทต่อครอบครัว (Family involvement) และการได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัว (Family Social Support)

การทุ่มเทต่อครอบครัวในเรื่องของบทบาทความรับผิดชอบภายในบ้าน ได้แก่ การทำงานบ้าน การอบรมเลี้ยงดูลูก ตลอดจนการให้เวลาในการดูแลผู้อื่น มีอิทธิพลทางลบต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารสตรี (Lidstone, 1997) ในขณะที่ นิพนธ์ ศศิธรเสาวภา (2552) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าคุณลักษณะทูนมนุษย์ พบว่ามีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารสตรี

การได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัว ทั้งนี้เนื่องจากบทบาทในครอบครัว ยังคงเป็นภาระความรับผิดชอบของสตรีอยู่มาก แม้ว่าสตรีจะต้องทำงานนอกบ้านก็ตาม ดังนั้น การที่สตรีได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว จึงน่าจะมีส่วนช่วยถ่วงดุลระหว่างบทบาทในการทำงาน และบทบาทในครอบครัวให้ดำเนินไปได้ด้วยดี ไม่เกิดความขัดแย้ง ตามแนวคิดของ King, et. al (1995) ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจว่า ทั้งความทุ่มเทต่อครอบครัวและการได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว จะส่งผลต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีหรือไม่เพียงใด

1.3.3 ค่านิยมในการทำงาน ประกอบด้วย ค่านิยมความซื่อสัตย์และจริงใจ ค่านิยมในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ค่านิยมในการบริการผู้อื่น ค่านิยมในการทำงานหนัก ค่านิยมในการพัฒนาผู้อื่น ค่านิยมการมีวิสัยทัศน์ผู้นำ ค่านิยมการวางแผนเป้าหมายในชีวิต จากผลการศึกษาของ นพวรรณ เจริญทรัพย์ (2552) ที่ทำการศึกษาด้านการบริหารระดับสูงในธุรกิจการเงินการธนาคาร จำนวน 104 คน พบว่า ผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวให้ความสำคัญกับค่านิยมในการทำงานด้านการพัฒนาผู้อื่นมากที่สุด ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการทดสอบว่า ค่านิยมในการทำงานจะส่งผลต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีหรือไม่เพียงใด

1.3.4 จากการศึกษา Winter (1973 อ้างถึงใน Yulk, 2006) พบว่า ผู้จัดการในองค์กรขนาดใหญ่ ควรมีแรงจูงใจในการทำงานด้านความต้องการอำนาจในระดับสูง มีแรงจูงใจในการทำงานด้านความต้องการความสำเร็จในระดับปานกลาง และมีแรงจูงใจในการทำงานด้านความต้องการความผูกพันในระดับต่ำ ดังนั้น ผู้ศึกษาต้องการทดสอบว่า แรงจูงใจในการทำงาน จะส่งผลต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีหรือไม่เพียงใด

1.3.5 ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำผลการวิจัยของ ศิริประภา ศิลาโท (2551) ซึ่งได้ทำการวิจัยคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีใน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความใฝ่รู้และวิสัยทัศน์ ด้านภาวะผู้นำ ด้านวุฒิภาวะทางอารมณ์ ด้านมนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม ด้านความรับผิดชอบต่องาน ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ พบว่าคุณลักษณะในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงทำการทดสอบว่ากลุ่มผู้บริหารสตรีที่ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ไทย มีคุณลักษณะที่เป็นไปตามผลงานวิจัยดังกล่าวหรือไม่

สมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มีสมมติฐานในการศึกษา ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี

สมมติฐานที่ 2 สถานภาพครอบครัวมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี

สมมติฐานที่ 3 ค่านิยมในการทำงานมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี

สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจในการทำงานมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้จัดการสาขา และผู้ช่วยผู้จัดการสาขาของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 2,000 คน (ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ 10 เมษายน 2555)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการสาขา และผู้ช่วยผู้จัดการสาขาของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 200 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีลักษณะสอดคล้องเป็นลำดับขั้นที่ลดหลั่น โดยขั้นที่หนึ่งแบ่งเป็น 3 ชั้นภูมิประกอบด้วย กลุ่มแรกธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป กลุ่มธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางประกอบด้วยธนาคารพาณิชย์ที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมตั้งแต่ร้อยละ 3 แต่ไม่ถึงร้อยละ 10 และกลุ่มธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมต่ำกว่าร้อยละ 3 ของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ และทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster sampling) เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่หน่วยของกลุ่มคือกลุ่มสมาชิกของประชากร ชั้นภูมิละ 1 ธนาคารสำหรับชั้นภูมิที่ 1 และ 2 ส่วนชั้นภูมิที่ 3 จำนวน 2 ธนาคารเนื่องจากแต่ละธนาคารมีจำนวนสาขาไม่มากนัก เป็นกลุ่ม (Cluster) ของพนักงานสาขา ได้ธนาคาร 4 ธนาคาร ขั้นที่สองกำหนดสัดส่วนสาขาในแต่ละธนาคารทำการสุ่มตามสัดส่วนของขนาด (Proportion to size) ให้ได้สาขา 200 สาขาตามจำนวนที่กำหนดไว้ให้ผู้จัดการสาขาหรือผู้ช่วยผู้จัดการสาขา 200 คนตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดคะแนน 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านครอบครัว ส่วนที่ 3 ค่านิยมในการทำงาน ส่วนที่ 4 เป็นแรงจูงใจในการทำงาน และส่วนที่ 5 คุณลักษณะของผู้บริหารสตรี

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

1. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และความตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาและการใช้ถ้อยคำ (Wording) นำระดับคะแนนมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-objective Congruence: IOC)
2. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับ นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 15 คน นำผลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบัค (Cronbach Alpha Coefficient)

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 200 ชุด ให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดการสาขาหรือผู้ช่วยผู้จัดการสาขาสตรี โดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ แล้วติดตามผลเป็นระยะๆ จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมีจำนวน 194 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97 ของแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทำการเก็บรวบรวม ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบ ระดับค่าเฉลี่ยคุณลักษณะผู้บริหารสตรี ใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสูตรค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานกลุ่มประชากรเดียว
2. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้บริหารสตรีของธนาคารพาณิชย์ไทย ใช้สถิติทดสอบ ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่าง
3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้บริหารสตรีด้านอื่น ใช้สถิติวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression)

สรุปผลการวิจัย

1. คุณลักษณะของผู้บริหารสตรีในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาคุณลักษณะในแต่ละด้านพบว่า คุณลักษณะด้านความรู้ และวิสัยทัศน์ ด้านภาวะผู้นำ อยู่ในระดับมาก ด้านวุฒิภาวะทางอารมณ์ อยู่ในระดับมาก ด้านมนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม ด้านความรับผิดชอบต่อผลงาน และคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด
2. ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรสและด้านประสบการณ์การทำงานของผู้บริหารสตรี มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหาร ยกเว้นด้านการศึกษา ไม่มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3. ปัจจัยด้านครอบครัว ประกอบ ความทุ่มเทต่อครอบครัว และแรงสนับสนุนจากครอบครัว มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

4. ค่านิยมในการทำงาน มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ค่านิยมความซื่อสัตย์และจริงใจ ค่านิยมในการบริการผู้อื่น ค่านิยมในการทำงานหนัก ค่านิยมการมีวิสัยทัศน์ผู้นำ ค่านิยมการวางแผนเป้าหมายในชีวิต มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ส่วนค่านิยมในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ค่านิยมในการพัฒนาผู้อื่น ไม่มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี

5. แรงจูงใจในการทำงาน มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ความต้องการความสำเร็จ และความต้องการความผูกพัน มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี ส่วนความต้องการอำนาจ ไม่มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. คุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของผู้บริหารสตรีในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริประภา ศิลาโท (2551) และเมื่อพิจารณาคุณลักษณะในแต่ละด้านเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านมนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม ด้านความรับผิดชอบต่อผลงาน ด้านภาวะผู้นำ ด้านความใฝ่รู้และวิสัยทัศน์ และด้านวุฒิภาวะทางอารมณ์ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการเป็นผู้บริหารต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีในทุก ๆ ด้าน ซึ่งจะส่งผลต่อการยอมรับของบุคลากร ทำให้เกิดการศรัทธาเชื่อถือต่อการบริหารงานจนสามารถปฏิบัติตามได้ด้วยความพึงพอใจ

2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพการสมรส มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทวรรณ ยงค์ประเดิม (2545) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การที่ผู้บริหารสตรีจะประสบความสำเร็จในการทำงานนั้น จะต้องเกิดจากความพร้อมจากครอบครัวเป็นพื้นฐาน ถ้าเรามีชีวิตที่ดีและมีความเข้าใจกัน ไม่มีปัญหาในเรื่องชีวิต สมองของเราก็ไม่ถูกแบ่งไปคิดสิ่งที่ไม่ดี ฟุ้งซ่าน ฉะนั้นผู้หญิงทำงานก็ควรที่จะสร้างสมดุลการทำงานและชีวิตให้ได้

ด้านระยะเวลาการทำงานมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี เช่นกัน ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างทำงานในธุรกิจการเงินการธนาคารซึ่งค่อนข้างเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงในการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้บริหารสตรีที่มีประสบการณ์จะมีการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

ส่วนในด้านระดับการศึกษาไม่มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหาร ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ ผู้ที่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการสาขา และผู้ช่วยผู้จัดการสาขา ธนาคารพาณิชย์ไทย จะต้องผ่านกระบวนการเข้าสู่ตำแหน่งหลายขั้นตอน อีกทั้งก่อนการเข้าดำรงตำแหน่ง ต้องมีการอบรม ทำความเข้าใจในกระบวนการเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ นอกจากนี้ ในปัจจุบันผู้บริหารสตรีมีโอกาสดูแลหาความรู้เพิ่มเติมจากสื่อต่าง ๆ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้มีการพัฒนาและสามารถรับรู้ได้เท่าเทียมกัน

3. ปัจจัยด้านครอบครัวมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านครอบครัว มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิพนธ์ ศศิธรเสาวภา (2552) ทั้งนี้ เนื่องจากส่วนสำคัญในชีวิตวัยผู้ใหญ่ของสตรีมีอยู่ด้วยกัน 2 ส่วนคือ ครอบครัวและการทำงาน ดังนั้น การที่ผู้หญิงได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว จึงน่าจะมีส่วนช่วยถ่วงดุลย์ระหว่างบทบาทในการทำงาน และบทบาทในครอบครัวให้ดำเนินไปได้ด้วยดี ไม่เกิดความขัดแย้ง

4. ค่านิยมในการทำงาน มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ผลจากการศึกษาพบว่า ค่านิยมในการทำงาน มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของนพวรรณ เจริญทรัพย์ (2552) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ค่านิยมความซื่อสัตย์และจริงใจ เป็นค่านิยมที่เน้นไปทางจริยธรรมของผู้นำ สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริหารจะต้องมีค่านิยมหลักในเรื่องความซื่อสัตย์และจริงใจ การรักษาความมั่นคงสัญญาที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ความยุติธรรมในการพิจารณาและประเมินผลการทำงาน ค่านิยมในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารสตรีในธุรกิจการเงินการธนาคารนั้นให้ความเห็นว่า ส่วนใหญ่แล้วงานทางด้านการแก้ปัญหาก็เกี่ยวกับการเงินนั้นจะเป็นกรณีเดิมๆ ที่เคยเกิดมาแล้ว ดังนั้น การแก้ปัญหาแบบเดิมๆ ที่เคยใช้ได้ผลก็ยังคงถูกนำมาใช้ต่อไป แต่อย่างไรก็ตามในปัญหาด้านอื่นที่เกิดขึ้น การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยการหาวิธีการหรือกลยุทธ์แนวใหม่มาใช้ในการแก้ปัญหาที่เริ่มมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น กอปรกับสภาพสังคมในปัจจุบันที่เน้นการคิดอย่างสร้างสรรค์ (Creative Thinking) กำลังเป็นแนวทางใหม่ที่อาจจะมาแทนรูปแบบของการคิดแบบเดิมๆ ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า หากใครสามารถคิดสิ่งที่แปลก (Uniqueness) หรือสร้างความแตกต่างย่อมสามารถสร้างตรา (Branding) ให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในอนาคตการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์อาจเป็นค่านิยมหนึ่งที่ผู้บริหารระดับสูงพึงมี ค่านิยมในการบริการผู้อื่น ซึ่งเป็นแนวคิดของการบริการผู้อื่นนั้นมีแนวโน้มที่เป็นไปตามภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ (Servant Leadership) ที่ค่อนข้างใหม่สำหรับสังคมไทย ในธุรกิจการเงินการธนาคาร บุคลากรต้องให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า ดังนั้น ผู้บริหารสตรีในธนาคารพาณิชย์ไทยจึงมีค่านิยมในการทำงานแบบบริการผู้อื่น ค่านิยมในการทำงานหนัก พฤติกรรมของผู้บริหารที่สำคัญนอกจากการมีความรู้แล้ว ผู้บริหารจะต้องเป็นบุคคลที่มีความตั้งใจจริง มีการทำงานที่หนักกว่าผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อที่จะให้งานนั้นสำเร็จ ค่านิยมในการพัฒนาผู้อื่น ซึ่งแสดงออกมาในลักษณะของการให้โอกาสในการพัฒนาตัวของผู้ใต้บังคับบัญชา การจัดฝึกอบรม การส่งเสริมให้เรียนรู้ในงานมากขึ้น ค่านิยมการมีวิสัยทัศน์ผู้นำ มีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะที่เป็นผู้บริหารเนื่องจากผู้บริหารจะต้องมีความสามารถในการมองเห็นไกล สามารถพยากรณ์แนวโน้มขององค์กรได้เป็นอย่างดี มีความรู้แบบองค์รวมที่สามารถนำมาแก้ปัญหขององค์กรได้ และค่านิยมการวางแผนเป้าหมายในชีวิต มีความสำคัญต่อการวางแผนชีวิตการทำงาน โดยผู้บริหารจะวางแผนชีวิตตนเองว่าอนาคตจะก้าวสู่ตำแหน่งระดับใดในองค์กร

5.5 แรงจูงใจในการทำงานมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ผลจากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของนพวรรณ เจริญทรัพย์ (2552) โดยพิจารณาในแต่ละด้านดังนี้ แรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี ซึ่ง แสดงออกมาให้เห็นว่าผู้บริหารนั้น เป็นบุคคลที่มีเป้าหมายชัดเจนอยู่เสมอตลอดจนใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อที่จะให้งานนั้นบรรลุเป้าหมาย การทำงานที่ท้าทายนั้นเป็น ความภาคภูมิใจ แรงจูงใจด้านความต้องการความผูกพัน มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ทั้งนี้ เป็นเพราะผู้บริหารสตรีมีความต้องการ

สร้างและรักษาสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น ต้องการที่จะได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากผู้อื่น สนใจในความรู้สึกของผู้อื่นด้วยความจริงใจ ที่แน่วแน่มที่จะปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้อื่น แรงจูงใจด้านความต้องการอำนาจ ไม่มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสตรี ทั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อผู้บริหารสตรีก้าวมาถึงจุดหนึ่งที่บุคคลยอมรับว่าตนเองประสบความสำเร็จในอาชีพแล้ว ความต้องการอำนาจที่จะควบคุมผู้อื่นและมีอิทธิพลตลอดจนชี้นำผู้อื่น จึงอาจจะไม่ใช่ว่าสิ่งที่จะต้องทำ หากแต่ความรู้สึกมีความสุขและสนุกกับการทำงาน อาจเป็นตัวบ่งชี้สำคัญสำหรับการที่จะบอกกับใครๆ ว่า ได้ล่วงสู่ความสำเร็จในอาชีพแล้ว สอดคล้องกับทฤษฎีด้านแรงจูงใจโดยทั่วไปที่เราจะพบว่า เมื่อมนุษย์บรรลุความต้องการในด้านวัตถุแล้ว จุดหมายปลายทางขั้นต่อไปมักจะพุ่งเป้าไปที่ความสำเร็จในเชิงนามธรรม นั่นก็คือ ความสุขจากการทำงานนั่นเอง

7. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ ความทุ่มเทต่อครอบครัวและแรงสนับสนุนในครอบครัว มีผลสนับสนุนต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี ดังนั้น องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของสตรี เช่น ชีดหยุ่นเวลาเข้า ออก การทำงาน สตรีบางคนต้องรับ ส่งลูกไปโรงเรียน การทำงานที่บ้านแทนได้ เพื่อดูแลบุตรที่ยังเล็ก หรือจัดตั้งศูนย์ดูแลเด็กเล็กในที่ทำงาน เพื่อมิให้สตรีที่ไม่มีผู้ดูแลบุตร ต้องกังวล เนื่องจากงานและ สิ่งที่สำคัญ ในการดำรงชีพของมนุษย์ ดังนั้น การที่ทั้งงานและชีวิตครอบครัวจะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมีความสมดุลซึ่งกันและกัน ระหว่างงานและชีวิตครอบครัว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ดังนั้น ความคิดเห็นคุณลักษณะของผู้บริหารสตรียังขาดความคลุ่มลึก ผู้วิจัยขอเสนอให้วิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กัน
2. ศึกษาปัจจัยด้านอื่นเพิ่มขึ้นที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้บริหารสตรี เพื่อนำมาพัฒนางานด้านการบริหารสู่การเป็นมืออาชีพ

รายการอ้างอิง

- โชติมา แก้วทอง. (2550). “โอกาสการก้าวสู่การเป็นผู้บริหารสตรีบนบริบทระดับปัจเจกบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและองค์กร”. คุุณิพนธ์ ปรินญาสังคมสงเคราะห์ศาสตรคุุณิพนธ์จิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นพวรรณ เจริญทรัพย์. (2552). “ปัจจัยสนับสนุนต่อการเป็นผู้บริหารสตรีระดับสูง : ศึกษากรณีธุรกิจการเงินการธนาคาร.” วิทยานิพนธ์ ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิพนธ์ ศศิธรเสาวภา. (2552). “ความสำเร็จของอาชีพผู้บริหารสตรีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.” คุุณิพนธ์ ปรินญาปรัชญาคุุณิพนธ์จิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

บาร์นี บุญทรง. (2545). “การศึกษาบทบาทและหน้าที่ของผู้หญิงทำงานในสังคมญี่ปุ่นตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สอง”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริประภา ศิลาท. (2551). “คุณลักษณะผู้บริหารสตรีตามสภาพจริงและที่คาดหวังของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาดุรธานี”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2554). “ข้อมูลประชากรในประเทศไทย” ได้จาก :

http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsr-th/population_thai.html

สุพรรณิ มาตรโพธิ์. (2549). “การศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารสตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรทรวโรฒ.

สรุจิตต์ อินทรชิต. 2552. “ผู้หญิงกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง.” .จดหมายข่าว มิตชายหญิงกับการพัฒนากรมประมม ปีที่ 1, ฉบับที่ 2: 5.

อัคราธร สังมณีโชติ. (2550). “คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาที่พึงประสงค์ของชุมชน”. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

King, L. A., et al. (1995). “Family members”. Journal of Organizational Behavior. 16: 235-258

Lidstone, J. R. (1997). “Women managers in the human services: A Study of External barriers to advancement and organizational strategies to overcome them”. MAI, 35(2), 450.
Available from : UMI.

Melamed, T. (1995). “Career Success: The Moderating effect of gender”. Journal of Vocational Behavior, 47(1), 36-60

Yulk, G.A. (2006). “Leadership in Organizations”. 6 th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING SUCCESS OF FRANCHISE BUSINESS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

เปรม พิชิตชัยรุ่ง

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: Rukawa_Zavachita@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S 2) ศึกษาความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ 3) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ จำแนกตามสถานภาพผู้ประกอบการ และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S กับ ความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ประชากรในการวิจัยได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ชอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 207 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t - test) ค่าเอฟ (F-test) และทำการทดสอบรายคู่ด้วย LSD (Least Significant Difference) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Regression Coefficient) เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ และสร้างสมการพยากรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ทุกด้านตามลำดับ คือ ด้านรูปแบบ ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านทักษะ ด้านบุคลากร ด้านค่านิยมร่วม และด้านโครงสร้าง และความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ทุกด้านตามลำดับ คือ ด้านผู้บริโภค ด้านกระบวนการผลิต บริการ ด้านพนักงานขาย และด้านด้านการเงิน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีสถานภาพที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ด้านการเงิน ด้านกระบวนการผลิต ด้านผู้บริโภค และด้านบุคลากร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบขั้นตอนของการบริหารตามแบบจำลอง 7-S (McKinsey 7-S Framework) ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ความสำเร็จ ธุรกิจแฟรนไชส์

ABSTRACT

Research subject. Factors Affecting Success of Franchise Business in Bangkok Metropolitan Area. For the purpose of 1.) Study of factors that cause toward success in the management model 7-S. 2.) Education

success of franchising business. 3.) Study of comparison between the success of business franchising classification by marital status employer 4.) Study the relationship between factors contributing toward success in the management model 7-S with the success of a business franchise. The population in the research include Employer business franchising in Bangkok number of 207 people. Use a questionnaire as a research tool statistics that are used in data analysis include values, the frequency value percent average standard deviation t-test f-test and test list even with LSD and multiple regression analysis. Using stepwise regression coefficient to find the equation for prediction and prophecy. Research found that. Factor that makes the success in the management model 7-S according to the opinion of the employer in most levels all sides respectively is style strategy system skill staff shared values structure. And Success of franchise business according to the opinion of the employer in most levels all sides respectively is consumer production process service personal selling financial. Hypothesis test results found. Entrepreneurs with a different marital status affect the success of a business franchise financial production process consumer and staff different different significant statistical level 01. and Results of multiple regression analysis the steps of the management model 7-S affect success of a business franchise on every side significant statistical level 01.

KEYWORDS : Success, Franchise Business

1. บทนำ

การดำเนินธุรกิจที่ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันและพฤติกรรมได้ตอบจากคู่แข่งอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ทำให้หน่วยธุรกิจที่มีขนาดเล็กโดยเฉพาะหน่วยธุรกิจที่มีเจ้าของกิจการเพียงคนเดียวต้องเผชิญกับการแข่งขันและต่อสู้เพื่อความอยู่รอด การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจึงต้องอาศัยความสามารถในการบริหารจัดการ การวางแผนการปฏิบัติงานความเข้าใจตลาดและสภาพแวดล้อมในการแข่งขันตลอดจนการพัฒนาทางด้านธุรกิจ ทุกองค์ประกอบต้องการความสำเร็จ ความก้าวหน้าความสำเร็จรุ่งเรือง สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ย่อมต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นผู้นำองค์กร พนักงาน หรือนุเคราะห์ภายในองค์กร ปัจจัยเกื้อหนุนต่างๆ เช่น สิทธิประโยชน์ โอกาส เป็นต้น ซึ่งระบบแฟรนไชส์ (Franchise) เป็นรูปแบบของความร่วมมือทางธุรกิจประเภทหนึ่งที่หน่วยธุรกิจกำลังให้ความสนใจและนิยมนำมาใช้ในธุรกิจของตน โดยเป็นข้อตกลงประเภทหนึ่งที่ให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ซื้อสิทธิ (Franchisee) ในการดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อตราสินค้าและภาพลักษณ์ของเจ้าของสิทธิหรือบริษัทแม่ (Franchisor) ในการขายสินค้าหรือบริการ ณ พื้นที่หนึ่งๆ และในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ โดยเจ้าของสิทธิจะถ่ายทอดวิธีการ (Know-How) ในการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอนให้แก่ผู้ซื้อสิทธิ ทั้งนี้ผู้ซื้อสิทธิจะต้องจ่ายค่าตอบแทนในการใช้ชื่อทางการค้าเป็นค่าธรรมเนียมเริ่มแรก (Franchise Fee) หรือตามสัดส่วนของผลดำเนินงาน (Royalty Fee) (Lafontaine, 1992) ในปัจจุบันหน่วยธุรกิจนิยมนำระบบแฟรนไชส์มาใช้อย่างแพร่หลายเนื่องจากแฟรนไชส์เป็นระบบที่เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปสามารถเป็นเจ้าของกิจการหรือสร้างของตนเองขึ้นมาได้โดยใช้เงินลงทุนไม่มากและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนเอง โดยที่ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารธุรกิจการจัดการและการตลาดมากนักเพราะจะได้รับความช่วยเหลือด้านต่างๆ

จากเจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ เมื่อตกลงทำสัญญาซื้อแฟรนไชส์นั้น ในขณะที่เจ้าของสิทธิแฟรนไชส์เองก็สามารถใช้ระบบแฟรนไชส์ในการขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมากเท่ากับการขยายธุรกิจด้วยตนเอง

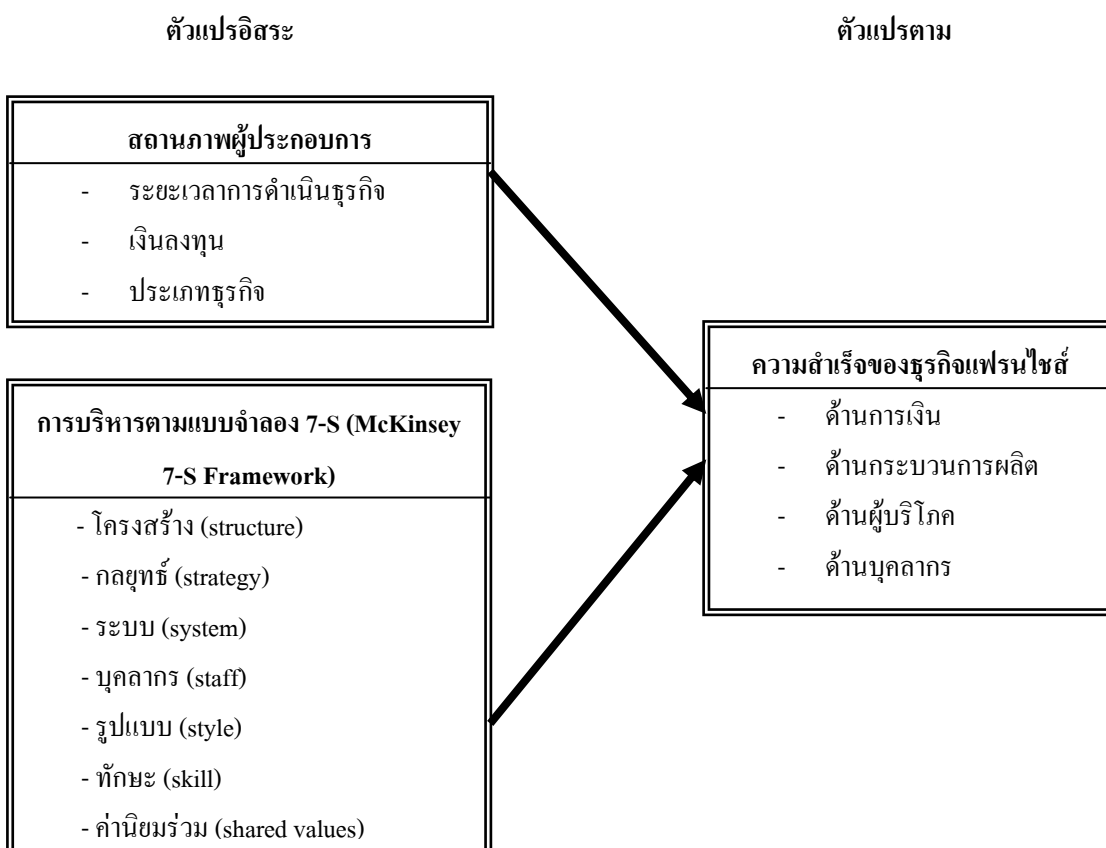
ในปี 2528 แฟรนไชส์กลายเป็นระบบธุรกิจที่ได้รับการยอมรับในกลุ่มธุรกิจของคนไทย หลังจากปี 2535 ธุรกิจแฟรนไชส์ของไทยก็ลดจำนวนลงไป แทบจะไม่มีบริษัทที่เป็นแฟรนไชส์ของคนไทยหลงเหลืออยู่เลย แต่ยังคงมีธุรกิจที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศเข้ามาในตลาดของไทย เมื่อหน่วยงานรัฐได้เข้ามามีส่วนผลักดันระบบธุรกิจแฟรนไชส์ก็เริ่มพลิกฟื้นจำนวนแฟรนไชส์ชอร์ไทยเพิ่มขึ้น ปัจจุบันมีการเพิ่มจำนวนผู้ทำธุรกิจแฟรนไชส์มากกว่า 400 ธุรกิจ โดยมีการเติบโตต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามในช่วงปี 2549-2550 การขยายตัวของธุรกิจแฟรนไชส์อยู่ในภาวะทรงตัวและหดตัวและการสำรวจขนาดตลาดของธุรกิจแฟรนไชส์ในระดับโลกมีมูลค่ามากกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของประเทศไทย โดยสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำด้านระบบ แฟรนไชส์และมีระบบธุรกิจแฟรนไชส์ที่เป็นสัดส่วนสูง และสำหรับประเทศไทยนั้นระบบแฟรนไชส์มีบทบาทและเริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างเนื่องจากการนำมาใช้ในธุรกิจประเภทต่างๆ อย่างแพร่หลาย อาทิเช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจคอนวีนีเอนส์โตร์ ธุรกิจโรงเรียน ธุรกิจร้านหนังสือ ธุรกิจซักอบรีด ธุรกิจเสื้อผ้า ธุรกิจความงาม ธุรกิจโรงแรม ฯลฯ โดยประเทศไทยมีการดำเนินธุรกิจระบบแฟรนไชส์ 2 ประเภทซึ่งแบ่งตามที่มาของการพัฒนาจำหน่ายสินค้าและบริการ คือธุรกิจระบบแฟรนไชส์ที่ซื้อแฟรนไชส์มาจากต่างประเทศแล้วนำเข้ามายขายสาขาในประเทศไทย และธุรกิจระบบแฟรนไชส์ที่เป็นของคนไทยที่มีความสามารถขาย แฟรนไชส์ให้กับผู้ที่สนใจที่จะร่วมธุรกิจด้วย จากการสำรวจพบว่าปัจจุบันจำนวนเจ้าของแฟรนไชส์ในประเทศไทยมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น โดยมากจะมาจากแฟรนไชส์ที่เป็นของคนไทย (พิระพงษ์ กิตติเวชโกวัฒน์, 2546)

ในปัจจุบันธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการนิยมขายสิทธิแฟรนไชส์สูงที่สุด ซึ่งได้รับอานิสงค์จากการกระตุ้นเศรษฐกิจและนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs โดยรัฐบาล ส่งผลทำให้เศรษฐกิจโดยรวมเติบโตขึ้น ผู้บริโภคในตลาดมีกำลังซื้อมากขึ้น อีกทั้งระบบธุรกิจแฟรนไชส์ได้รับความนิยมในการลงทุนประกอบกิจการของนักลงทุนรุ่นใหม่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงในการลงทุนต่ำ ซึ่งมีรูปแบบของธุรกิจที่พัฒนาจนเป็นระบบ มีสูตรสำเร็จในการบริหารจัดการที่มีมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการและชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของสิทธิเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอยู่ก่อนแล้ว ทำให้ผู้ที่สนใจลงทุนได้รับความสะดวก ไม่ต้องลองผิดลองถูก และไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจมากนัก ก็สามารถซื้อสิทธิของบริษัทมาประกอบกิจการได้ ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาที่เกิดจากการจัดตั้งธุรกิจขึ้นเอง ซึ่งมีความเสี่ยงและประสบปัญหาต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจัดหาเงินทุน การจัดการระบบการบริหารงานและการตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมระบบแฟรนไชส์ยังได้รับการฝึกอบรมเทคนิคการจัดการสมัยใหม่จากเจ้าของ แฟรนไชส์เพื่อให้ดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จรวดเร็วขึ้น มีการจัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติและคู่มือการปฏิบัติงาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมแฟรนไชส์สามารถควบคุมงานทางด้านบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ มีการส่งเสริมการขายและโฆษณาจากเจ้าของแฟรนไชส์มาช่วยสนับสนุน แต่อย่างไรก็ตามในการเริ่มต้นที่จะเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาโอกาสในการทำธุรกิจ (business opportunity) ดังนั้น การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนจึงเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อดำเนินการ โครงการแล้วจะมีโอกาสเกิดผลตอบแทนหรือที่เรียกว่าผลกำไรตลอดระยะเวลาดำเนินการโครงการคุ้มค่า

แก่การลงทุน และกิจการต้องมีความพร้อมอยู่เสมอเพื่อรองรับสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิด

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ที่เน้นทางด้านการสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อประโยชน์ในการนำพาธุรกิจสู่ความอยู่รอดอย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้รับแรงบันดาลใจจากข้อค้นพบของบริษัทแมคคินซี (McKinsey) ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาธุรกิจของสหรัฐอเมริกา ที่มีความสนใจเกี่ยวกับปัญหาว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้การบริหารงานองค์การประสบความสำเร็จก่อให้เกิดความเข้มแข็งขององค์การ จนพบปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน 7-S (McKinsey 7-S Framework) ซึ่งประกอบด้วย โครงสร้าง (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) ระบบ (System) บุคลากร (Staff) รูปแบบ (Style) ทักษะ (Skill) ค่านิยมร่วม (Shared Values) มีการศึกษาวิจัยจำนวนมากทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ที่ยืนยันว่าปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S มีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยการบริหารตามแบบจำลอง 7-S ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการปรับปรุงวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการก้าวสู่การเป็นผู้นำของธุรกิจ แฟรนไชส์ต่อไป

2. กรอบแนวคิด



3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ จำแนกตามสถานภาพผู้ประกอบการ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S กับความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์

4. วิธีการศึกษา

4.1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1) **ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ สถานภาพผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ เงินลงทุน และประเภทธุรกิจ และการบริหารตามแบบจำลอง 7-S (McKinsey 7-S Framework) ประกอบด้วย โครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบ บุคลากร รูปแบบ ทักษะ และค่านิยมร่วม

2) **ตัวแปรตาม** ได้แก่ ความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ประกอบด้วยด้านการเงิน ด้านกระบวนการผลิต ด้านผู้บริโภคน และด้านบุคลากร

4.2 ขั้นตอนการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ใช้เทคนิคการสำรวจ (Survey Technique) เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S ศึกษาความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ จำแนกตามสถานภาพผู้ประกอบการ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S กับความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ชอร์อินเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 207 กิจการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบเลือกรายการ (Check List) และแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scales) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ เงินลงทุน และประเภทธุรกิจ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารตามแบบจำลอง 7-S (McKinsey 7-S Framework) ประกอบด้วย โครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบ บุคลากร รูปแบบ ทักษะ และค่านิยมร่วม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับตามแนวประเมินของ เบส (Best, 1981)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ประกอบด้วยด้านการเงิน ด้านกระบวนการผลิต ด้านผู้บริโภคน และด้านบุคลากร ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับตามแนวประเมินของ เบส (Best, 1981)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) นำแบบสอบถามที่สร้าง และได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ โดยได้ทำการปรับปรุงแก้ไข แล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ซอร์ จำนวน 40 กิจการ ในเขตอื่น ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S (McKinsey 7-S Framework) เท่ากับ .9353 และได้ค่าความเชื่อมั่นของความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ เท่ากับ .8565

2) นำแบบสอบถามไปแจกกับผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ซอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และเก็บกลับมาด้วยตัวเอง

3) นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา

2) สถิติพื้นฐาน ด้วยการหาค่าความถี่ (frequency distribution) ค่าร้อยละ (percent) วิเคราะห์สถานภาพของผู้ประกอบการ

3) สถิติพื้นฐาน ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S (McKinsey 7-S Framework)

4) สถิติพื้นฐาน ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์

5) สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที่ t-test วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบในตัวอย่าง 2 กลุ่ม และค่าเอฟ F-test วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบในตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป และใช้การทดสอบแบบ LSD (Least Significant Difference) เพื่อทดสอบรายคู่ และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Regression Coefficient) เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ และสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S (McKinsey 7-S Framework) ของธุรกิจแฟรนไชส์

5. ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์สถานภาพของผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจมาไม่เกิน 1 ปี ส่วนใหญ่มีเงินลงทุน 100,000 - 300,000 บาท และเป็นผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเครื่องดื่ม, ไอศกรีมเป็นส่วนใหญ่

2. ปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารด้านรูปแบบ (Style) รองลงไปคือ

ด้านกลยุทธ์ (Strategy) ด้านระบบ (System) ด้านทักษะ (Skill) ด้านบุคลากร (Staff) ด้านค่านิยมร่วม (Shared values) และด้านโครงสร้าง (Structure) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม และรายด้าน อยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ด้านผู้บริหาร รองลงไปคือ ด้านกระบวนการผลิต/บริการ ด้านพนักงานขาย และด้านด้านการเงิน ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1) ผู้ประกอบการที่มีสถานภาพที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ด้านการเงิน ด้านกระบวนการผลิต ด้านผู้บริหาร และด้านบุคลากร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบขั้นตอนของการบริหารตามแบบจำลอง 7-S (McKinsey 7-S Framework) ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6. อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารตามแบบจำลอง 7-S ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการโดยภาพรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เอื้อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารด้านรูปแบบ (Style) ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จทางธุรกิจ ก็คือ "คุณภาพ" ของสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นระดับของคุณลักษณะเฉพาะ ที่แฝงอยู่ในสินค้าหรือบริการ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า องค์กรใดก็ตาม หากสามารถผลิตสินค้า หรือให้บริการ ที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และมีความมุ่งมั่น ที่จะทำให้มีคุณภาพเหนือความคาดหวังของลูกค้าได้ องค์กรนั้นย่อมประสบความสำเร็จ ในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และมีผลกำไรสูงสุด รองลงไปคือ ด้านกลยุทธ์ (Strategy) ด้านระบบ (System) ด้านทักษะ (Skill) ด้านบุคลากร (Staff) ด้านค่านิยมร่วม (Shared values) และด้านโครงสร้าง (Structure) ทั้งนี้เพราะความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัย ความพยายามมุ่งมั่นเอาใจใส่ของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมของบุคลากร ทุกระดับภายในองค์กร ที่จะนำเอาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างคุณภาพให้เกิดขึ้นในทุก ๆ ขั้นตอนในการผลิตหรือการให้บริการ วิชาการเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทยา กิ่งเกตุ (2545) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมากที่สุดต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านดอกไม้ คือคุณภาพของดอกไม้และทำเลที่ตั้งของร้าน ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมากต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านจัดดอกไม้คือรูปแบบของดอกไม้ที่จัด ความคงทนคงรูปของดอกไม้ที่จัด การจัดตกแต่งร้าน ปริมาณความต้องการของตลาด ลักษณะของผู้บริโภค และความซื่อสัตย์ของลูกค้าต่อร้านจัดดอกไม้ ลักษณะกิจกรรมที่ธุรกิจร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่ทำ ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจต่อลูกค้า การให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก การกำหนดราคาโดยคำนึงถึงรูปแบบของสินค้าที่ลูกค้าต้องการผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากกว่าการใช้แฟรนไชส์ จะเป็นวิธีการทำให้ธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยอาศัยเงินทุนไม่มาก ระบบแฟรนไชส์ช่วยให้

กิจการสามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นร่วมกันได้ ผู้บริหารร้านแฟรนไชส์จะเป็นผู้ที่ตั้งใจทำงานเนื่องจากเป็นเจ้าของ ร้านแฟรนไชส์ที่มีมากพอมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้ซื้อ แฟรนไชส์จะใช้เงินลงทุนในช่วงแรกมากกว่าธุรกิจที่ดำเนินการแบบอิสระ ระบบแฟรนไชส์จะมีลักษณะการบริหารงานที่ใกล้ชิดกันระหว่างเจ้าของแฟรนไชส์และผู้ซื้อแฟรนไชส์ และผู้ซื้อแฟรนไชส์จะขาดความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากต้องปฏิบัติตามนโยบายที่ผู้ขายแฟรนไชส์กำหนด และผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่เลือกที่จะขายแฟรนไชส์ มีรูปแบบที่ใช้คือผู้ขายแฟรนไชส์ทำหน้าที่หลักในการถ่ายทอดความรู้หรือวิธีการจัดการธุรกิจให้แก่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ โดยให้ร้านแฟรนไชส์ ได้สิทธิในการใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้า ทำหน้าที่ขายดอกไม้และสินค้าอื่นๆ ที่เจ้าของแฟรนไชส์ จัดส่งให้ ซึ่งก็คือ ผู้ขายแฟรนไชส์ต้องการขายวัตถุดิบเพิ่มเติมนอกเหนือจากการให้ความรู้ในเรื่องเทคนิคและวิธีการดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียว

จากผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ด้านผู้บริหาร โภค รองลงไปคือ ด้านกระบวนการผลิต/บริการ ด้านพนักงานขาย และด้านการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนฤพรณ ตั้งวานิชย์เจริญ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของร้านหนังสือประเภทเชนสโตร์ กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ลูกค้านี้มีความต้องการมากที่สุดให้ร้านหนังสือมีหนังสือออกใหม่วางจำหน่ายเสมอ และมีความต้องการระดับมากให้ร้านหนังสือมีการจัดหมวดหมู่อย่างชัดเจน มีหนังสือหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก สินค้าที่วางจำหน่ายอยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ไม่ชำรุดเสียหาย มีหนังสือที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดจำหน่ายสูง มีการจำหน่ายสินค้าหลากหลาย ปริมาณหนังสือเพียงพอต่อความต้องการ เป็นร้านที่มีภาพลักษณ์ดี และมีชื่อเสียง มีบริการรับจองหนังสือ และมีการรับประกันเปลี่ยนสินค้าได้หากมีปัญหา ปัจจัยย่อยด้านราคา ลูกค้ามีความต้องการมากให้ร้านหนังสือมีหนังสือหลายระดับราคาให้เลือก สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ขายหนังสือตามราคาดบนปกหนังสือ และราคาหนังสือสินค้าอื่น ๆ มีราคาถูกกว่าร้านอื่น ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ามีความต้องการมากให้ร้านหนังสือมีทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรืออยู่ในศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า มีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีจำนวนสาขามากและทั่วถึง ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานศึกษา และทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความต้องการมากที่สุดให้ร้านหนังสือมีการห่อปกหนังสือฟรี และมีความต้องการระดับมากในด้านที่สมาชิกร้านหนังสือจะได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า มีการแนะนำหนังสือน่าอ่าน หนังสือออกใหม่ มีการจัดอันดับหนังสือขายดีของทางร้าน มีการแจกที่คั่นหนังสือ มีการจัดช่วงลดราคาตามฤดูกาลต่าง ๆ มีการรับสมัครสมาชิกฟรี มีการแจกของสมนาคุณเมื่อซื้อสินค้าที่ร่วมรายการครบตามที่กำหนด ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกไม่จำกัด บัตรสมาชิกสามารถใช้กับร้านอื่น ๆ ที่ร่วมรายการได้ มีเว็บไซต์ และสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้ามีความต้องการมากให้ร้านหนังสือมีความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า มีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการทางการเงินและมีความรวดเร็วในการบริการ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ลูกค้ามีความต้องการให้ร้านหนังสือมีพนักงานที่มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม พนักงานสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้เป็นอย่างดี พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินค้าแต่ละชนิดเป็นอย่างดี พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย และมีจำนวนพนักงานมากพอในการให้บริการ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ลูกค้ามีความต้องการมากให้ร้านหนังสือสะอาด อากาศเย็นสบาย

ปลอดโปร่ง มีการจัดตกแต่งที่สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย นำเข้าไปให้บริการ บริเวณในร้านกว้างขวาง ไม่แออัด และป้ายชื่อร้านโดดเด่น สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน

7. ข้อเสนอแนะ

1. ด้านรูปแบบ (Style) ผู้บริหารควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ เช่น การสั่งการ การควบคุม การจูงใจ มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งความสามารถเหล่านี้จะทำให้องค์กรพัฒนาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

2. ด้านกลยุทธ์ (Strategy) ควรจัดให้มีการวางแผนการใช้งบประมาณด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น บุคลากรภายในองค์กร การควบคุมคุณภาพด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3. ด้านระบบ (System) ควรมีระบบการประเมินผลการทำงานในด้านต่างๆ เช่น ปัจจัยการนำเข้า กระบวนการแปรรูป ผลลัพธ์ เพื่อความชัดเจนทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ด้านทักษะ (Skill) ผู้บริหารควรใช้ประสบการณ์และพรสวรรค์ของตนเอง ในการเข้าหาลูกค้าและมีความเป็นกันเองกับลูกค้าให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ซึ่งจะทำให้ทราบปัญหา และความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้สามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ตรงจุด

5. ด้านบุคลากร (Staff) บุคลากรควรได้รับการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และมีการเรียนรู้ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถ ทักษะ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ซึ่งทำให้ปรับตัวเข้ากับสิ่งใหม่ๆ ได้ดียิ่งขึ้น และจะทำให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี

6. ด้านค่านิยมร่วม (Shared values) ควรมุ่งการพัฒนาองค์กร พัฒนากุลการอยู่เสมอ ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถพัฒนาได้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

7. ด้านโครงสร้าง (Structure) หัวหน้างานจะต้องมีอำนาจในการตัดสินใจ สามารถควบคุมดูแลและกระจายอำนาจทุกส่วนขององค์กร เช่น การจัดแบ่งงาน ความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ต่างๆ ออกให้เห็นเป็นรูปธรรม รวมทั้งการกำหนดรูปแบบการสื่อสารและประสานงานได้ทั่วถึงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

8. รายการอ้างอิง

ทยา กิ่งเกตุ, 2545. **ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นฤพรธณ ตั้งวานิชย์เจริญ, 2551. **ปัจจัยความสำเร็จของร้านหนังสือประเภทเชนสโตร์: กรณีศึกษาจังหวัด**

ขอนแก่น. รายงานวิจัยในวิชาการศึกษาศาสตร สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พีระพงษ์ กิติเวชโกศลวัฒน์, 2546. **ร้านค้า ล้านขาย**. กรุงเทพฯ: เออาร์ บีซิเนส เพรส.

Best, John W, 1981. **Research in Education**. 4th ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.

Lafontaine, Francine, 1992. Agency Theory and Franchising: Some Empirical Results. **The Rand Journal of Economics**. 23, 2 : 263-283.

**การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของ
วัยรุ่นในย่าน โคเรียน ทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12
A COMPARATIVE STUDY ON BEHAVIOUR OF KOREAN AND THAI
CULTURAL CONSUMPTION OF TEENAGERS IN KOREAN TOWN AREA
AT SUKHUMVIT PLAZA SUKHUMWIT SOI 12**

นางสาวราตรี จันทา

เลขานุการฝ่ายสำรวจและออกแบบ

บริษัท เอส ที เอส เอ็นจิเนียริง คอนซัลแตนท์ จำกัด

E-mail: Ratree_khak@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่าน โคเรียน ทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่าน โคเรียน ทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่าน โคเรียน ทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 ประชากรในการวิจัย ได้แก่ วัยรุ่นทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 16 - 21 ปี ในย่าน โคเรียน ทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไค สแควร์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทย ของวัยรุ่นในย่านโคเรียน ทาวน์ และผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ วัยรุ่นในย่าน โคเรียน ทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 โดยมีอายุระหว่าง 16 – 21 ปี จำนวน 400 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 16 ปี มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา สถานภาพโสด และมีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท โดยมีพฤติกรรมในการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีและวัฒนธรรมไทย คือ ประเภทของละครซีรีส์เกาหลีและละครไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ประเภทโรแมนติก เหตุผลที่ชื่นชอบ คือ มีเนื้อหาน่าติดตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชมคือ ดารานักแสดง ช่องทางในการรับชมละครซีรีส์เกาหลีคือ อินเทอร์เน็ต และละครไทยคือ ฟรีทีวี ความถี่ในการรับชมละครซีรีส์เกาหลีคือ 3-4 วันต่อสัปดาห์ และละครไทย คือ 5-6 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาในการรับชมละครซีรีส์เกาหลีคือ 22.01 – 24.00 น. และ ละครไทยคือ 18.01 – 22.00 น. ประเภทของภาพยนตร์เกาหลีและภาพยนตร์ไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ประเภทโรแมนติก เหตุผลที่ชื่นชอบคือ มีเนื้อหาน่าติดตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อ

การชมคือ ดารานักแสดง ช่องทางในการรับชมภาพยนตร์เกาหลีคือ อินเทอร์เน็ต และภาพยนตร์ไทยคือ โรงภาพยนตร์ ความถี่ในการรับชมภาพยนตร์เกาหลีคือ 1-2 วันต่อเดือน และภาพยนตร์ไทยคือ 3-4 วันต่อเดือน ช่วงเวลาในการรับชมภาพยนตร์เกาหลีคือ 22.01 – 24.00 น. และภาพยนตร์ไทยคือ 18.01 – 22.00 น. ดารา/นักแสดงชายเกาหลีที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ Jang Geun Sok ดารา/นักแสดงชายไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ณเดชน์ คูกิมิ ดารา/นักแสดงหญิงเกาหลีที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ Park Shin Hye ดารา/นักแสดงหญิงไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ฉายา อรุษา ช่องทางการติดตามข่าวสารดารา/นักแสดงเกาหลีและดารานักแสดงไทยมากที่สุดคือ ด้าน อินเทอร์เน็ต แนวเพลงเกาหลีและเพลงไทยที่ชอบฟังมากที่สุดคือ ป๊อป ศิลปิน/นักร้องเกาหลีที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ 2PM ศิลปิน/นักร้องไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ บอดี้ แลม ส่วนใหญ่ไม่เคยชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี และศิลปินไทย ส่วนที่เข้าชม เหตุผลที่ไปชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีและศิลปินไทยคือ ชื่นชอบ อาหารแบบ เกาหลีที่เคยรับประทานคือชาบู ชาบู และอาหารแบบไทยที่เคยรับประทานคือ คัมยำกุ้ง อาหารแบบเกาหลีที่ชอบ มากที่สุดคือ พุลโกกิ (เนื้อย่างเกาหลี) และอาหารแบบไทยที่ชอบมากที่สุดคือ คัมยำกุ้ง สีน้าแพ้นเกาหลีที่ชอบ ชื่นชอบมากที่สุดคือ เครื่องสำอาง และสินค้าน้าแพ้นไทยคือ เสื้อผ้า ความถี่ในการซื้อคือ 1 -2 ครั้งต่อเดือน เหตุผลที่ซื้อ คือ ตนเองชอบ การหาข้อมูลการเลือกซื้อคือ ด้านอินเทอร์เน็ต แหล่งซื้อคือ ห้างสรรพสินค้า บุคคลที่มักไปซื้อด้วย คือ เพื่อน ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านประเทศ แหล่งกำเนิดสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมการ บริโภควัฒนธรรม เกาหลีและวัฒนธรรมไทยในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการ ตลาด และปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีและวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่าน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12

ABSTRACT

The research on the comparative study of the behavior of consumption of the Korean and Thai culture from the adolescents in Korean Town of Sukhumvit Plaza, Sukhumvit Soi 12, Thailand. The objective was to study the comparative analysis, to study the personal factors, social factors, cultural factors, psychological factors, the image of the country factors, the origin of produces, the marketing mix factors. And other factors that affect the consumption behavior in this matter. The population in this study were both female and male aged 16 to 21 years, in the Korean Town, Sukhumvit Plaza, Sukhumvit Soi 12, Thailand, a total of 400 samples. By the sampling method specified, used the query is a research tool, and the statistical to analyze the data include of frequencies, percentages, mean, standard deviation, chi-square. To compare study the behavior of consumption, the Korean and Thai culture of the young people in the Korean Town. The results showed that, the sample groups used in this research including of teenagers in the Korean Town, aged 16 to 21 years, a total of 400 people. Most of these were women, aged 16 years of education in high school. A career as a student, single status, and a monthly income not exceeding 10,000 baht. The behavior of consumption, Korean and Thai culture, and what were consumed as Korean drama series. And Thai dramas favorites, most of the romantic, the

reason for the favorite, the content is attractive to follow, the factors that affect to watch as actors/actress, the channel for watching the drama series of Korea as the Internet, and the drama series of Thai as free-TV. Frequency of watching the drama series of Korea to spent 3-4 days a week, the drama series of Thai to spend 5-6 days a week, the period time for watching the dramas series of Korean is between 22.01 to 24.00 hours, and the drama series of Thai is between 18.01 to 22.00 hours. The kind of Korean and Thai films like the most romantic, the reason for the favorite, the content is attractive to follow. The factors affecting to watch is the actor/actress, and the channel for watching the Korean movies is an Internet, and the channel for watching the Thai movies is the theater. The frequency for watching the Korean movie to spend 1-2 days per month, the thai movie to spend 3-4 days per month, the period time for watching the Korean movie is between 22.01 to 24.00 hours, and the period time for watching the Thai movies is between 18:01 to 22:00 hours. The star / actor of Korea the most favored is Jang Geun Sok, and the star / actor of Thai the most favored is Nadet Cukimi, and the star/actress of Korea the most favored is Park Shin Hye, and the star/actress of Thai the most favored is Yaya Arusaya. The mostly of Channel for the News of the star/actor/actress of Korean and Thai is Internet. The line of Korean and Thai music most favored to listen is pop music, the artist / singer of Korea most favored is 2PM, and the artist / singer of Thai most favored is BodySlam. The results of survey found that most of the sample have never to watch the concert of the Korean and Thai artists. For some part of the sample have been to visit, its reason is a personal favorite, the Korean food have been to eat is Shabu Shabu, and the Thai food have been to eat is TomYamGoong. The Korean food most favored is the PulKoki (Korean barbecue) and the Thai food most favored is TomYumGoong, the fashion of Korean most favored to buy is cosmetics and the Thai fashion most favored to buy is garments. The frequency of buying is 1 -2 times a month, its reason is a personal favorite. How to find the information for choosing to buy is Internet, the source for choosing to buy is Department stores, people tend to buy with is friends. The personal factors, social factors, cultural factors, psychological factors, country factors, produce sources, marketing mix factors. and other factors that affect the behavior of consumption, Korean and Thai culture is at the very levels. The test results showed that personal factors, social factors, cultural factors, psychological factors, country factors, produce sources, marketing mix factors. and other factors will affect the behavior of consumption, Korean and Thai culture, of the young people in the Korean Town, Sukhumvit Plaza, Sukhumvit Soi 12. Thailand.

บทนำ

ในปัจจุบันกระแสของการบริโภคสินค้านำเข้าต่างประเศยังมีเข้ามามากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยอมรับในการบริโภคสินค้าของประเทศในแถบเอเชีย ซึ่งมีปัจจัยมากมายที่เป็นผลทำให้ผู้บริโภคหันมานิยมมากขึ้น สินค้าเกาหลีก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้คนนิยมหันมาบริโภคมากขึ้นในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น การชมภาพยนตร์เกาหลี ละครซีรีส์เกาหลี การฟังเพลงเกาหลี การเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี การบริโภคอาหารเกาหลี และ

การแต่งตัวตามแฟชั่นเกาหลี ซึ่งการบริโภคเหล่านี้ล้วนมีผลมาจากการรับอิทธิพลและวัฒนธรรมมาจากประเทศเกาหลีนั่นเอง

จากกระแสของการบริโภคเกาหลีดังที่กล่าวมาในข้างต้น ทำให้ผู้บริโภคอยากจะรู้จักประเทศเกาหลีเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สินค้าประเภทต่างๆ จากประเทศเกาหลี รวมทั้งการท่องเที่ยวประเทศเกาหลี เริ่มเข้ามามีบทบาทอย่างมากในตลาดประเทศไทย เมื่อกระแสนิยมเกาหลีเข้ามาเยือน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) ก็เกิดขึ้นที่สุขุมวิท ย่านที่มีชาวเกาหลีเข้ามาพำนัก สุขุมวิทพลาซ่า อาคารเล็กๆ 4 ชั้น เป็นที่รู้จักกันว่า ได้แบ่งโซนส่วนหนึ่งเป็นโซนร้านสินค้าเกาหลี และอาหารเกาหลีมากมาย พื้นที่บริเวณนี้จึงกลายเป็นศูนย์รวมของคนเกาหลี และคนไทยมากมาย ที่ชื่นชอบในเกาหลีนั่นเอง

การเปิดรับวัฒนธรรมเหล่านี้ของคนไทยเป็นไปอย่างรวดเร็ว เพราะภาพลักษณ์ของประเทศเกาหลีที่ดีขึ้นและความเข้าใจในวัฒนธรรมเกาหลีของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบให้สินค้าแบรนด์เกาหลีได้รับความนิยมจากคนไทยเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีเป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากถึง 10% ของมูลค่าธุรกิจทั้งหมดในประเทศ (สัทธา สุขชู, 2549, เว็บไซต์) ส่งผลให้รัฐบาลเกาหลีเริ่มมองเห็นถึงความสำคัญของสินค้าวัฒนธรรม โดยพยายามที่จะทำให้สินค้าวัฒนธรรมอยู่ได้นานและกว้างขวางขึ้น ซึ่งอาจจะเข้าไปมีบทบาทในฝั่งอเมริกา และยุโรป ได้ในอนาคต เช่น การนิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นของชาวยุโรป

หากมองในมุมกลับกัน ในปัจจุบันเพลงไทยได้รับความนิยมในต่างประเทศหลายประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศญี่ปุ่น แฟนเพลงที่ญี่ปุ่นถึงแม้จะเป็นกลุ่มคนกลุ่มเล็กๆ แต่แฟน ๆ ที่ชื่นชอบเพลงไทยเหล่านี้ก็มีความเหนียวแน่นสูง เรียกว่าทุ่มเทไม่แพ้สาวก J-POP, K-POP ในบ้านเราเลยทีเดียว อีกทั้งกระแสละครทีวีไทยกำลังมาแรงมากในประเทศจีน ถึงขนาดมีการวิเคราะห์วิจารณ์กันในสื่อบันเทิงของจีนว่าระดับความนิยม (T-POP หรือ Thai Pop Culture) อาจแซงหน้ากระแสละครซีรีส์เกาหลี (K-POP) ในเวลาอันใกล้ ซึ่งกระแสที่วุ่นวายนี้คงไม่ใช่กระแสเล็กๆ ที่สำคัญอาจจุดเอาสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอื่นๆ ของไทยให้ดังไปด้วยเหมือนอย่างญี่ปุ่นและเกาหลีเคยประสบความสำเร็จมาแล้ว (พรชัย ตระกูลวรรา, สยามรัฐ ฉบับวันที่ 3 สิงหาคม 2554)

ในทำนองเดียวกันจึงก่อให้เกิดการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่น ในย่าน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 อันเป็นมูลเหตุถึงความคล้ายคลึงกันทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมด้านบันเทิง แฟชั่น อาหาร ฯลฯ ซึ่งในอนาคตอาจเป็นแนวทางในการส่งออกวัฒนธรรมไทยไปยังต่างประเทศในแถบเอเชียอย่างเช่นวัฒนธรรมเกาหลีที่ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมากในการส่งออกทางวัฒนธรรมและยังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- สถานภาพ

ปัจจัยทางสังคม

- กลุ่มอ้างอิง- ครอบครัว
- บทบาทและสถานะ

ปัจจัยทางวัฒนธรรม

- วัฒนธรรม - วัฒนธรรมย่อย
- ชั้นทางสังคม

ปัจจัยทางจิตวิทยา

- แรงจูงใจ
- การรับรู้
- การเรียนรู้
- ความเชื่อ
- ทักษะ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประเทศ

แหล่งกำเนิดสินค้า

(Country-of-Origin Images)

- ลักษณะทางด้านสินค้า
- ลักษณะทางด้านการประเทศ

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

- ผลิตภัณฑ์
- ราคา
- ช่องทางในการจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยอื่นๆ

- สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ
- สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี
- สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย
- สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

ตัวแปรตาม

วัฒนธรรม

- บ้านเกิด ได้แก่ ละคร ภาพยนตร์ ดารา/นักแสดง เพลง นักร้อง
- อาหาร
- แฟชั่น ได้แก่ การแต่งกาย เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องประดับ เครื่องสำอาง รองเท้า



พฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่

- Who : ผู้บริโภคคือใคร
- What : ผู้บริโภคซื้ออะไร
- Why : ผู้บริโภคซื้อทำไม
- Whom : ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ
- When : ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด
- Where : ผู้บริโภคซื้อที่ไหน
- How : ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่านโคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่านโคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12

สมมติฐานของการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านอื่นๆ แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่านโคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น เป็นการยากที่จะกำหนดของเขตให้แน่ชัดลงไป แต่ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการตลาด การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคให้เข้าใจได้อย่างถ่องแท้ จะทำให้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมของผู้บริโภคได้ในอนาคต ดังนั้นประโยชน์ที่บุคคลทั่วไปจะได้จากการเข้าใจขบวนการบริโภคก็คือทำตนให้เป็นผู้บริโภคที่ดีและรอบคอบในลักษณะต่อไปนี้ คือ เห็นคุณค่าของการตัดสินใจอย่างลึกซึ้ง รอบคอบ เข้าใจเกี่ยวกับขบวนการตัดสินใจแรงจูงใจต่างๆ ของตนเอง และรู้จักเลือกสินค้า บริการ และร้านจำหน่าย (อ้างถึงใน ปิยะฉัตร จันทารีย์, 2553)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนอง ความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย เพราะมองเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความเห็นชอบในสินค้าและเกิด พฤติกรรมอย่างถูกต้อง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550 อ้างถึงใน ปิยะฉัตร จันทารีย์, 2553) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่นอกเหนือจากการตัดสินใจเรื่องค่าใช้จ่าย และการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาด

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า Knight and Calantone, 2000 (อ้างถึงใน พรสดีชัย จันท, 2551) ได้ให้คำจำกัดความว่า ภาพลักษณ์ของประเทศ คือ ภาพ ชื่อเสียง รูปแบบในแนวความคิดที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าจากประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากคุณลักษณะทางด้านสินค้า (คุณภาพ โลโก้และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น) และคุณลักษณะทางด้านประเทศ (เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เป็นต้น)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น สุชา จันทรธัม, 2538 (อ้างถึงใน สมนา ชื่นคลัง, 2553) ได้อธิบายไว้ว่าวัยรุ่น เป็นวัยที่เชื่อมระหว่างความเป็นเด็กกับผู้ใหญ่ เป็นระยะที่ต้องปรับพฤติกรรมแบบวัยเด็กไปสู่แบบพฤติกรรม

ของวัยผู้ใหญ่ที่สังคมยอมรับ ด้วยเหตุนี้วัยรุ่นจึงมิใช่เป็นเพียงการเจริญเติบโตทางด้านร่างกาย แต่หมายถึงการเจริญเติบโตทางสังคมภายในกรอบของวัฒนธรรมของแต่ละแห่ง

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรที่จะทำการศึกษเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่าน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) คือ วัยรุ่นทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 16 - 21 ปี ในย่าน โคเรียนทาวน์ สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทย โดยดัดแปลงเพื่อให้เหมาะสมกับกรอบแนวความคิดในการทำวิจัย โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) และคำถามแบบปลายเปิด (Open – Ended Questionnaire) จำนวน 1 ชุด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 8 ส่วน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเป็นข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยแจกแบบสอบถามในย่านโคเรียนทาวน์ สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 และรวบรวมเก็บมาด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2555 ถึง 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 โดยได้แบบสอบถามตอบกลับมา 400 ฉบับ คิดเป็น 100% ของกลุ่มตัวอย่าง และดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล พบว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 400 ฉบับ คิดเป็น 100% จากจำนวนแบบสอบถามที่กำหนด และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากทฤษฎี แนวคิด ข้อมูลเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statics) เป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่น ในย่าน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) และกลุ่มสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statics) เพื่อการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยวิธีไค-สแควร์

สรุปผลการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ วัยรุ่นในย่าน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12 โดยมีอายุระหว่าง 16 – 21 ปี จำนวน 400 คน โดยส่วนใหญ่เป็นบุคลากรที่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา สถานภาพโสด และมีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่า Cronbach's reliability Coefficient alpha โดยรวมเท่ากับ $\alpha .958$ แล้วจึงนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจนได้แบบสอบถามครบถ้วนและสมบูรณ์ จำนวน 400 ฉบับ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์

ส่วนการทดสอบสมมติฐานการวิจัยใช้ ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งทำการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS For Window สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่าน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิทซอย 12

ละครซีรีส์เกาหลี/ละครไทย

ประเภทของละครซีรีส์เกาหลีและละครไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ประเภทโรแมนติค เหตุผลที่ชื่นชอบคือ มีเนื้อหาน่าติดตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชมคือ ดารานักแสดง ช่องทางในการรับชมละครซีรีส์เกาหลีคือ อินเทอร์เน็ต และละครไทยคือ ฟรีทีวี ความถี่ในการรับชมละครซีรีส์เกาหลีคือ 3-4 วันต่อสัปดาห์ และละครไทยคือ 5-6 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาในการรับชมละครซีรีส์เกาหลีคือ 22.01 – 24.00 น. และ ละครไทยคือ 18.01 – 22.00 น.

ภาพยนตร์เกาหลี/ภาพยนตร์ไทย

ประเภทของภาพยนตร์เกาหลีและภาพยนตร์ไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ประเภทโรแมนติค เหตุผลที่ชื่นชอบคือ มีเนื้อหาน่าติดตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชมคือ ดารานักแสดง ช่องทางในการรับชมภาพยนตร์เกาหลีคือ อินเทอร์เน็ต และภาพยนตร์ไทยคือ โรงภาพยนตร์ ความถี่ในการรับชมภาพยนตร์เกาหลีคือ 1-2 วันต่อเดือน และภาพยนตร์ไทยคือ 3-4 วันต่อเดือน ช่วงเวลาในการรับชมภาพยนตร์เกาหลีคือ 22.01 – 24.00 น. และภาพยนตร์ไทยคือ 18.01 – 22.00 น.

ดารา/นักแสดง

ดารา/นักแสดงชายเกาหลีที่ชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับคือ Jang Geun Sok รองลงมาคือ Park รองลงมาอีกคือ Lee Min Ho ตามลำดับ ดารา/นักแสดงชายไทยที่ชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับคือ ณเดช อุทัยยะ รองลงมาคือ บอย ปรกรณ์ รองลงมาอีกคือ หมาย ปริญ ตามลำดับ ดารา/นักแสดงหญิงเกาหลีที่ชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับคือ Park Shin Hye มี รองลงมาคือ Park Min Young มี รองลงมาอีกคือ Han Hyo Joo ตามลำดับ ดารา/นักแสดงหญิงไทยที่ชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับคือ ญาญ่า อุรัสยา รองลงมาคือ พลอย เฌอมาลย์ รองลงมาอีกคือ อัม พัชราภา ตามลำดับ ช่องทางการติดตามข่าวสารดารา/นักแสดงเกาหลีและดารา/นักแสดงไทยจากมากที่สุดคือ ด้านอินเทอร์เน็ต

เพลง

แนวเพลงเกาหลีและเพลงไทยที่ชอบฟังมากที่สุดคือ ป๊อป ศิลปิน/นักร้องเกาหลีที่ชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับคือ 2PM รองลงมาคือ Super Junior รองลงมาอีกคือ BEAST ตามลำดับ ศิลปิน/นักร้องไทยที่ชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับคือ บอดี้ แอสม รองลงมาคือ โปเตโต้มี รองลงมาอีกคือ บี เดอะสตาร์ ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ไม่เคยชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีและศิลปินไทย ส่วนที่เข้าชม เหตุผลที่ไปชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีและศิลปินไทยคือ ชื่นชอบ

อาหาร

อาหารแบบเกาหลีที่เคย์รับประทานคือชาบู ชาบู และอาหารแบบไทยที่เคย์รับประทานคือ คัมยำกุ้ง อาหารแบบเกาหลีที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ พุลโกกิ (เนื้อย่างเกาหลี) และอาหารแบบไทยที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ คัมยำกุ้ง

แฟชั่น

สินค้าแฟชั่นเกาหลีที่ขอบชื้อมากที่สุดคือ เครื่องสำอาง และสินค้าแฟชั่นไทยคือ เสื้อผ้า ความถี่ในการซื้อคือ 1-2 ครั้งต่อเดือน เหตุผลที่ซื้อคือ ตนเองชอบ การหาข้อมูลการเลือกซื้อคือ ด้านอินเทอร์เน็ต แหล่งซื้อคือ ห้างสรรพสินค้า บุคคลที่มักไปซื้อด้วยคือ เพื่อน

ผลการศึกษาปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประเทศ แหล่งกำเนิดสินค้า ปัจจัยทางการตลาด และ ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย และสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่าน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิท 12 โดยรวมในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทยของวัยรุ่นในย่าน โคเรียนทาวน์ (Korean Town) สุขุมวิทพลาซ่า สุขุมวิท 12

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยา เห็นได้ว่าตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภควัฒนธรรมเกาหลีกับวัฒนธรรมไทย กล่าวคือ บุคคลแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรม การดำเนินชีวิต และการใช้เวลาว่างต่างกัน ในขณะที่บุคคลที่มีลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลร่วมกันย่อมมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่คล้ายคลึงกัน เพราะปัจจัยส่วนบุคคลจะผลักดันให้คนที่มีลักษณะเช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน จะมีกิจวัตรในทำนองเดียวกัน และพฤติกรรมต่างๆ ก็จะคล้ายคลึงกัน (ยุบล เพ็ชรจริงค์กิจ อ้างถึงใน พรธรรมา เจริญพงษ์, 2550 หน้า 116 – 118) ทั้งนี้ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยภายในผู้บริโภค (Internal Factor) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าที่เกิดจากความต้องการ (Wants) แรงจูงใจและทัศนคติ รวมทั้งเกิดจากความต้องการทางสังคม (Social Needs) ที่เกิดจากความต้องการหรือเกิดจากแรงจูงใจในการบริโภคจากครอบครัว สังคม ซึ่งเป็นบุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ และตรงกับทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ที่กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ในด้านความต้องการทางสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongings Needs) เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ของหมู่คณะ ที่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจ (Motive) และผลักดันให้เกิดเป็นพฤติกรรม ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า สอดคล้องกับ สมพล อินตะเมธ (2547) ที่ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าจึงมีความสำคัญที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการประเมินคุณภาพของสินค้าและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผลจากการศึกษานี้ พบว่า ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้านั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าวัยรุ่นในย่านโคเรียนทาวน์ มีพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมเกาหลีในปริมาณที่ใกล้เคียงกับวัฒนธรรมไทย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับรูปแบบสินค้าและบริการให้ผสมผสานกันทั้งสินค้าไทยและสินค้าเกาหลี อีกทั้งมีการจัดจำหน่ายสินค้าไทยและเกาหลีในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของวัยรุ่นมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. **กลุ่มตัวอย่าง** ควรมีการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น โดยศึกษากระจายทั้งในเขตทั้งกรุงเทพ ปริมณฑล และเขตภูมิภาค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น และเป็นตัวแทนอธิบายกลุ่มตัวอย่างได้ชัดเจนมากขึ้น

2. **รูปแบบการวิจัย** ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบกับการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อได้รายละเอียดเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติกุล. 2552. **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น

จตุพร เลิศล้ำกุล. 2552. **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น

สุติมา ชุนหาญจัน. 2550. “พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุติมา ชุนหาญจัน. 2553. “การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์

แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิชิต อุ๋อัน. 2553. **การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม

วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์คำ. 2544. “อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย : ศึกษาเฉพาะ

กรณีดนตรีญี่ปุ่น.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2545. **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2550. “กระบวนการเอเชียวัยรุ่นของวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี (เคป๊อป) : การผลิต การบริโภค

และการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกชัย อภิศักดิ์กุล. 2552. **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น

การเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการ เลี้ยงชีพและกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

A COMPARATIVE STUDY OF RETURNS AND RISK ON INVESTMENT IN RETIREMENT MUTUAL FUND (RMF) AND LONG TERM EQUITY FUND (LTF)

พรพรรณ สันทัด

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Email : pornpun.su@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และ 3. เพื่อประเมินมูลค่ากองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยใช้ตัวแบบจำลองการกำหนดราคาสินทรัพย์ (Capital Asset Pricing Model : CAPM) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นรายสัปดาห์รวบรวมจากมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (Net Asset Value : NAV) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือนของธนาคารพาณิชย์ไทย 5 แห่ง และดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Set Index) ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2548 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2552

ผลการศึกษาดังนี้ อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเท่ากับร้อยละ 0.1758 ต่อสัปดาห์ และมีค่าความเสี่ยงเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 3.7581 กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) จำนวน 9 กองทุน มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อสัปดาห์เท่ากับร้อยละ 0.1750 กองทุนเปิดบัวหลวงเพื่อการเลี้ยงชีพ (BERMF) ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยสูงสุด ส่วนกองทุนที่ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่ำสุดคือ กองทุนเปิดธนาชาติหุ้นเพื่อการเลี้ยงชีพ (NERMF) สำหรับกองทุนที่มีค่าความเสี่ยงเฉลี่ยสูงสุดคือ กองทุนเปิด ทิสโก้ หุ้นเพื่อการเลี้ยงชีพ (TEGRMF) ส่วนกองทุนเปิดเบอร์คินสมาร์ทแคปปิตอลเพื่อการเลี้ยงชีพ (ABSC-RMF) มีค่าความเสี่ยงเฉลี่ยต่ำที่สุด ส่วนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จำนวน 5 กองทุน มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 0.1766 ต่อสัปดาห์ กองทุนที่ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยสูงสุดคือ กองทุนเปิดทิสโก้หุ้นระยะยาว (TISCOLTF) และกองทุนที่ให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่ำสุดคือกองทุนเปิดฟิ้นนชาหุ้นระยะยาว (FAM LTF) ค่าความเสี่ยงเฉลี่ยพบว่า กองทุนเปิดฟิ้นนชาหุ้นระยะยาว (FAM LTF) เป็นกองทุนที่มีค่าความเสี่ยงเฉลี่ยสูงสุด และกองทุนเปิดเบอร์คิน (ABLTF) เป็นกองทุนที่มีค่าความเสี่ยงเฉลี่ยต่ำสุด เมื่อนำอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับของกองทุน RMF และกองทุน LTF เทียบกับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการตามแบบจำลอง CAPM พบว่ากองทุน RMF ทั้ง 9 กองทุน มีราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Undervalued) สำหรับกองทุน LTF จำนวน 5 กองทุน กองทุนที่มีราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Undervalued) มีจำนวน 4 กองทุน และกองทุนที่มีราคาสูงกว่าที่ควรจะเป็น (Overvalue) มีจำนวน 1 กองทุน

คำสำคัญ : อัตราผลตอบแทน ความเสี่ยง กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว แบบจำลองการกำหนดราคาหลักทรัพย์

ABSTRACT

The purposes of this study were 1. To study rate of return and risk on Retirement Mutual Fund and Long Term Equity Fund, 2. To study the relationship between return and risk of the Retirement Mutual Fund and Long Term Equity Fund and 3. To evaluate value of Retirement Mutual Fund and Long Term Equity Fund with the Capital Asset Pricing Model (CAPM). Data gathering from Net Asset Value (NAV) reports in Mutual Fund. The 12 months deposit account interest rate from Bank of Thailand and Set Index. From January 1, 2005 to December 31, 2009. The study find that, the return on stock purchasing was 0.1758% per week and the risk is average 3.7581%. The return on Retirement Mutual Fund is average yield equal 0.1750% per week. The Fund has the highest average yield is BERMF. An the lowest average is NERMF. The Fund has the highest average risk value is TEGRMF and the lowest average risk value is ABSC-RMF. The return on Long Term Equity Fund is average yield equal 0.1766% per week. The Fund has the highest average yield is TISCOLTF. An the lowest average is FAM LTF. The Fund has the highest average risk value is FAM LTF. The Fund has the lowest average risk value is ABLTF. When comparing expected rate of return with required rate of return, the result showed that Retirement Mutual Fund have undervalued. The Long Term Equity from 5 funds result showed that 4 funds have undervalued and 1 fund have overvalued.

KEYWORDS : Rate of return, Risk, Retirement Mutual Fund, Long Term Equity Fund, The Capital Asset Pricing Model (CAPM)

บทนำ

จากสภาพเศรษฐกิจของไทยช่วง พ.ศ. 2548 – 2552 ผลตอบแทนจากการออมเงินผ่านสถาบันการเงินต่างๆ มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประชาชนก่อนวัยเกษียณ และผู้ที่มีเงินฝากในธนาคารพาณิชย์ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ฝากเงินที่ต้องการรายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากเพื่อการเลี้ยงชีพเพื่อดำเนินกิจกรรมหรือธุรกรรมต่าง ๆ ดังนั้นผู้มีเงินออมจึงพยายามแสวงหาการออมหรือการลงทุนอื่นที่ได้ผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เพิ่มขึ้นกว่าการนำเงินไปฝากกับธนาคาร การลงทุนในกองทุนรวม (Mutual Fund) เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งของการออมถึงลงทุน การลงทุนในกองทุนรวม เป็นการลงทุนในสิ่งที่เรียกกันว่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่จัดตั้งและบริหาร โดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม หรือเรียกว่า “บลจ.” ผู้ฝากเงินที่ได้จากการจำหน่ายหน่วยลงทุนนั้นไปลงทุนในตราสารทางการเงินประเภทต่างๆ ที่ให้ผลตอบแทนและมีความเสี่ยงในการลงทุนแตกต่างกันไป ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวมจะขึ้นอยู่กับมูลค่าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงของตราสารที่ผู้จัดการกองทุนกองนั้นนำเงินที่ได้จากการขายหน่วยลงทุนไปลงทุนซื้อแล้วนำมาเก็บไว้ในบัญชี ซึ่งนโยบายการลงทุนของกองทุนจะเป็นตัวบอกที่สำคัญว่ากองทุนนั้นจะมีแนวทางการลงทุนในตราสารทางการเงินประเภทใด นอกจากกองทุนรวม (Mutual Fund) เสนอขายให้กับนักลงทุนในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบแล้ว กองทุนรวม

สามารถนำเงินที่ลงทุนไปลดหย่อนภาษีได้มี 2 ประเภท ประเภทแรกคือ กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF) เป็นกองทุนที่สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนมีการออมเงินในระยะยาว รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนที่เป็นบุคคลธรรมดา ผู้ที่ทำงานในบริษัทเอกชนที่ไม่มีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระที่ต้องการออมเงินเพื่อการเกษียณอายุสามารถออมเงินเพื่อไว้ใช้ในวัยเกษียณได้ นอกจากนี้กองทุนประเภทนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากทางราชการการเรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษีอีกด้วย ประเภทที่ 2 คือ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Equity Fund : LTF) เป็นกองทุนรวมที่เกิดขึ้นเพื่อเพิ่มสัดส่วนการลงทุนระยะยาวของนักลงทุนสถาบันอย่างเช่นกองทุนรวมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้มากขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยไม่ให้ดัชนีหลักทรัพย์ผันผวนตามแรงซื้อขายของนักลงทุนต่างประเทศ และนักลงทุนรายย่อยมากจนเกินไป ทำให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

แบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (Capital Asset pricing Model : CAPM) เป็นตัวแบบการกำหนดราคาของหลักทรัพย์ โดยการวิเคราะห์ผ่านอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมกับสภาพความเสี่ยง หรือค่าสัมประสิทธิ์เบต้า ซึ่งหลักการนี้เป็นที่ยอมรับในการวิเคราะห์การลงทุนโดยทั่วไป ตัวแบบการตั้งราคาหลักทรัพย์ (CAPM) มีการกำหนดข้อสมมติฐานเกี่ยวกับตัวแบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (CAPM) ดังนี้ (จิรนต์ สังข์แก้ว, 2544)

1. ผู้ลงทุนพิจารณาหลักทรัพย์โดยดูจากอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราผลตอบแทนใน 1 ช่วงเวลาลงทุน โดยผู้ลงทุนทุกคนมีช่วงเวลาลงทุนที่ตรงกันและมีการคาดหมายเหมือนกัน
2. ผู้ลงทุนเป็นผู้มีเหตุผลและไม่ชอบความเสี่ยง ซึ่งหมายความว่า ณ ระดับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับหนึ่ง ผู้ลงทุนจะเลือกกลุ่มหลักทรัพย์ที่ให้อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังสูงสุด หรือ ณ ระดับอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังระดับหนึ่ง ผู้ลงทุนจะเลือกกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำสุด
3. สามารถแบ่งการลงทุนในหลักทรัพย์แต่ละชนิดได้โดยไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งหมายความว่าผู้ลงทุนอาจซื้อหุ้นเป็นเศษส่วนของ 1 หุ้นได้ หากผู้ลงทุนต้องการ
4. ผู้ลงทุนสามารถให้กู้ยืมโดยปราศจากความเสี่ยง และสามารถกู้ยืมเงินโดยปราศจากความเสี่ยง โดยอัตราดอกเบี้ยที่ปราศจากความเสี่ยงมีระดับเท่ากัน ไม่ว่าจะเป็นการให้กู้หรือเป็นการกู้ยืม และอัตราดอกเบี้ยที่ปราศจากความเสี่ยงของผู้ลงทุนทุกคนมีระดับเท่ากัน
5. ไม่พิจารณาเรื่องภาษีและค่าใช้จ่ายในการซื้อขาย

จากหลายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในกองทุนรวม โดยใช้แบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (CAPM) ในการทดสอบอย่างต่อเนื่อง แบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (CAPM) เหมาะสำหรับการเป็นเครื่องมือในการพิจารณาประเมินค่าหลักทรัพย์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนในหลักทรัพย์หรือกองทุนรวมได้อีกวิธีหนึ่ง การศึกษางานวิจัยเรื่องนี้ส่วนใหญ่จะศึกษากับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แต่จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของวิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง และช่วงเวลาที่ทำการศึกษา งานวิจัยในประเทศไทยมีหลายงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงที่มีปริมาณการซื้อขายค่อนข้างสูงหรือเลือกศึกษาเฉพาะเจาะจงกลุ่มของหลักทรัพย์หรือกองทุน เช่น นนทรณ์ม โปธิ์วิจิตร (2539) ศึกษาเรื่องอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในกองทุนรวมในประเทศไทยและประสิทธิภาพการบริหารหลักทรัพย์ของกองทุนรวม ชวลิต ทองสุจริตกุล (2543) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ การเปรียบเทียบอัตรา

ผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมทั้งลงทุนในตราสารทุนและกองทุนรวมทั้งลงทุนในตราสารหนี้ นิศาชัยประเสริฐ (2548) ศึกษาเรื่องอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว จากผลการวิจัยพบว่า การ ศึกษาในเรื่องอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงสามารถใช้ตัวแบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (CAPM) เป็นตัวแบบที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับนักลงทุนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาลงทุนในหลักทรัพย์หรือกองทุนอย่างมีเหตุผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง ของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Equity Fund : LTF) และการนำตัวแบบจำลองการกำหนดราคาสถิติ (Capital Asset Pricing Model : CAPM) มาประยุกต์ใช้หามูลค่าของกองทุน เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรมาจากมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (Net Asset Value : NAV) ของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF) จำนวน 9 กองทุน คือ 1) กองทุนเปิด หุ้นคุณค่าเพื่อการเลี้ยงชีพ (V-RMF) 2) กองทุนเปิด ไทยพาณิชย์หุ้นทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (SCBRM4) 3) กองทุนเปิด ธนชาติหุ้นทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (NERMF) 4) กองทุนเปิด ยูโอบี ตราสารทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (UOBEQRMF) 5) กองทุนเปิด ทีเอสไอหุ้นทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (TEGRMF) 6) กองทุนเปิด อเบอร์ดีนสมาร์ตแคปปิตอลเพื่อการเลี้ยงชีพ (ABSC-RMF) 7) กองทุนเปิด บัวหลวงตราสารทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (BERMF) 8) กองทุนเปิด แมกซ์หุ้นทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (MAX EQ RMF) และ 9) กองทุนเปิด แอสเซทพลัสตราสารทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (ASP-ERF) สำหรับกลุ่มประชากรจากกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Equity Fund : LTF) มีจำนวน 5 กองทุน คือ 1) กองทุนเปิด เค หุ้นระยะยาว (KEQLTF) 2) กองทุนเปิด ไทยพาณิชย์หุ้นระยะยาว พลัส (SCBLT2) 3) กองทุนเปิด อเบอร์ดีนหุ้นระยะยาว (ABLTf) 4) กองทุนเปิด ฟินันซ่า หุ้นระยะยาว (FAMLTF) 5) กองทุนเปิดทีเอสไอหุ้นระยะยาว (TISCOLTF) (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2548.)

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลรายไตรมาสแบบอนุกรมเวลา (Time Series Data) จัดเก็บข้อมูลเป็นรายสัปดาห์ในช่วงเวลาระหว่างเดือนมกราคม 2548 ถึงเดือนธันวาคม 2552 รวมทั้งสิ้น 260 สัปดาห์ รวบรวมจากรายงานมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (www.settrade.com) รายงานจากธนาคารแห่งประเทศไทย (www.bot.or.th) และดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (www.set.or.th) ข้อมูลที่รวบรวมมีดังนี้

1. รายงานมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (Net Asset Value : NAV) ของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ราคาปิดรายสัปดาห์ สำหรับคำนวณอัตราผลตอบแทนของกองทุน (R_{pt})
2. รายงานอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน ของธนาคารพาณิชย์ไทย จากธนาคารแห่งประเทศไทย สำหรับใช้เป็นตัวแทน (Proxy) ของหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยง (R_{rf})

3. ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET50 Index) รายสัปดาห์ สำหรับคำนวณอัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (R_m)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) คำนวณหาค่าต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนรายสัปดาห์ของกองทุนรวม (R_{pt}) (จิรติน์ สังข์แก้ว, 2544)

$$\begin{aligned} R_{pt} &= (NAV_t - NAV_{t-1}) \times 100 / NAV_{t-1} \\ NAV_t &= \text{มูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม ณ เวลาที่ } t \\ NAV_{t-1} &= \text{มูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม ณ เวลาที่ } t-1 \end{aligned}$$

1.2 การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนรายสัปดาห์ของกองทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (R_{mt}) (จิรติน์ สังข์แก้ว, 2544)

$$\begin{aligned} R_{mt} &= (SET_t - SET_{t-1}) \times 100 / SET_{t-1} \\ SET_t &= \text{ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ ณ เวลาที่ } t \\ SET_{t-1} &= \text{ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ ณ เวลาที่ } t-1 \end{aligned}$$

1.3 การคำนวณหาความเสี่ยง (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) รายสัปดาห์ของกองทุนรวม ค่าความเสี่ยงวัดได้ด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : σ) กองทุนรวมที่มีการกระจายอัตราผลตอบแทนออกจากอัตราผลตอบแทนที่คาดเอาไว้มากและมีความไม่แน่นอนในการที่จะได้รับอัตราผลตอบแทนที่คาดไว้มาก กองทุนรวมหรือหลักทรัพย์นั้นจึงมีความเสี่ยงสูงในทางกลับกันกองทุนรวมที่มีความเสี่ยงต่ำจะมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราผลตอบแทนต่ำ (จิรติน์ สังข์แก้ว, 2544)

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^n (R_{pt} - \bar{R}_p)^2}{n}}$$

$$\begin{aligned} R_{pt} &= \text{อัตราผลตอบแทนรายสัปดาห์ที่ได้รับของกองทุนรวม} \\ \bar{R}_p &= \text{อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยรายสัปดาห์ของกองทุนรวม} \\ n &= \text{จำนวนงวดเวลาทั้งหมดที่ทำการศึกษา} \end{aligned}$$

1.4 การคำนวณหาความเสี่ยง (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) รายสัปดาห์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ

$$\sigma_m = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^n (R_{mt} - \bar{R}_m)^2}{n}}$$

$$\begin{aligned} R_{mt} &= \text{อัตราผลตอบแทนรายสัปดาห์ที่ได้รับของกองทุนรวม} \\ \bar{R}_m &= \text{อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยรายสัปดาห์ของกองทุนรวม} \\ n &= \text{จำนวนงวดเวลาทั้งหมดที่ทำการศึกษา} \end{aligned}$$

1.5 การคำนวณหาสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน (Coefficient of Variance : CV) เป็นการประเมินระดับความเสี่ยงที่สัมพันธ์กับระดับอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ค่าที่ได้จึงเท่ากับระดับความเสี่ยงจากการ

ลงทุนทุก 1 หน่วยของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน กองทุนรวมที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนต่ำจะเป็น กองทุนรวมที่ควรลงทุนมากกว่ากองทุนรวมที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนสูงกว่า (จิรณัฐ สังข์แก้ว, 2544)

$$CV = \sigma / \bar{R}$$

1.6 การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนรายสัปดาห์ของหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยง (R_{rf}) ใน การศึกษานี้ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือนของธนาคารพาณิชย์ไทยเฉลี่ยเป็นรายสัปดาห์

1.7 การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (Beta Coefficient) หรือค่า (β) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นถึงการ เปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนของกองทุนรวม เมื่ออัตราผลตอบแทนของตลาดเปลี่ยนไป 1 หน่วย

$$\beta_p = COV(R_{pt}, R_{mt}) / VAR(R_{mt})$$

$$COV(R_{pt}, R_{mt}) = \text{ค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างผลตอบแทนของกองทุนรวม และผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์}$$

$$VAR(R_{mt}) = \text{ค่าความแปรปรวนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย}$$

2. การวิเคราะห์แบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (Capital Asset Pricing Model : CAPM) นำข้อมูลค่า การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนมาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการได้รับจากกองทุนรวม ตาม แบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (CAPM) (จิรณัฐ สังข์แก้ว, 2544)

$$E(R_i) = R_{rf} + (R_m - R_{rf})\beta_i$$

$$R_{rf} = \text{อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยง}$$

$$R_m = \text{อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการได้รับจากตลาดหลักทรัพย์}$$

$$\beta_i = \text{ค่าเบต้าของกองทุนรวม}$$

ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงเฉลี่ยรายสัปดาห์ของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) กองทุนรวม หุ้นระยะยาว (LTF) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย ($\bar{R}$)	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (σ)	ค่าสัมประสิทธิ์ความ แปรปรวน (CV)
กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)	0.1750	3.1513	18.2003
กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	0.1766	3.3787	19.5807
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	0.1758	3.7581	21.3766

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อสัปดาห์สูง กว่ากองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และสูงกว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือมีอัตราผลตอบแทน เท่ากับร้อยละ 0.1766 ส่วนค่าความเสี่ยง (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) กองทุนรวมหุ้นระยะยาวมีค่าความเสี่ยง มากกว่ากองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) แต่น้อยกว่าค่าความเสี่ยงของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 3.3787 และค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนเท่ากับร้อยละ 19.5807 ในขณะที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 3.7581 และค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนเท่ากับร้อยละ 21.3766 ส่วนหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยงมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อสัปดาห์เท่ากับร้อยละ 0.0473

ตารางที่ 2 แสดงร้อยละของอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงเฉลี่ยรายสัปดาห์ของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)				กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)			
ชื่อกองทุน	($\bar{R}$)	(σ)	(CV)	ชื่อกองทุน	($\bar{R}$)	(σ)	(CV)
BERMF	0.1979	2.9692	15.0050	TISCOLTF	0.2087	3.5776	17.1431
MAX EQ RMF	0.1907	3.2275	16.9207	ABLTF	0.1984	2.7146	13.6804
ABSC-RMF	0.1869	2.5171	13.4705	KEQLTF	0.1641	3.6970	22.5286
TEGRMF	0.1857	3.7127	19.9906	SCBLT2	0.1630	3.0905	18.9599
SCBRM4	0.1794	3.1260	17.4228	FAM LTF	0.1490	3.8138	25.5913
ASP-ERF	0.1689	3.0888	18.2833				
UOBEQRMF	0.1588	3.2164	20.2572				
V-RMF	0.1577	3.3907	21.5018				
NERMF	0.1486	3.1136	20.9508				

จากตารางที่ 2 กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) จำนวน 9 กองทุน พบว่ากองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อสัปดาห์สูงสุดคือ BERMF มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.1979 และกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนต่ำสุดคือ NERMF มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.1486 กองทุน TEGRMF เป็นกองทุนที่มีค่าความเสี่ยงสูงสุด มีค่าเท่ากับร้อยละ 3.7127 กองทุน V-RMF มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนสูงสุดเท่ากับร้อยละ 21.5018 สำหรับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จำนวน 5 กองทุน พบว่ากองทุน TISCOLTF เป็นกองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยสูงสุด ส่วนกองทุน FAM LTF มีค่าต่ำสุด กองทุนที่มีค่าความเสี่ยงสูงสุดคือ KEQLTF และกองทุน FAM LTF เป็นกองทุนที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนสูงสุดคือเท่ากับร้อยละ 25.5913

ค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (β) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของอัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมและอัตราผลตอบแทนของตลาด ว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนของตลาดเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้อัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร หากกองทุนรวมมีค่าเบต้าน้อยกว่า 1.0 แสดงว่ากองทุนรวมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงอัตราผลตอบแทนของตลาด กองทุนนี้เหมาะที่จะลงทุนในช่วงตลาดขาลง (Bear Market) เนื่องจากจะช่วยรักษาเงินของผู้ลงทุนให้ปรับตัวลงน้อยกว่าตลาด หากกองทุนรวมมีค่าเบต้ามากกว่า 1.0 แสดงว่ากองทุนรวมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนมากกว่าการเปลี่ยนแปลงอัตราผลตอบแทนของตลาด กองทุนนี้เหมาะที่จะลงทุนในช่วงตลาดขาขึ้น (Bull Market) เนื่องจากให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าตลาด

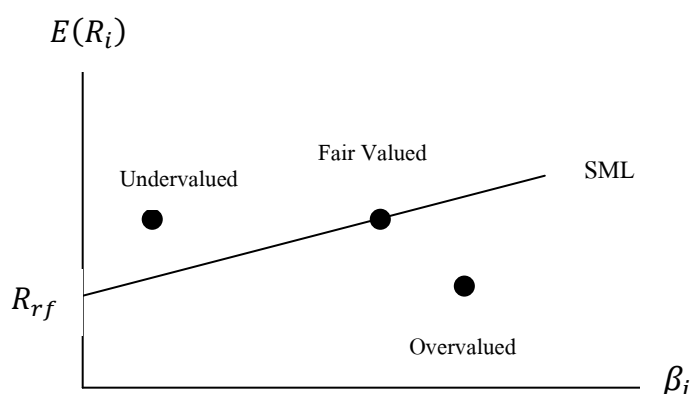
ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (β) ของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)		กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	
ชื่อกองทุน	ค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (β)	ชื่อกองทุน	ค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (β)
TEGRMF	0.9048	KEQLTF	0.9037
V-RMF	0.8202	TISCOLTF	0.8685
MAX EQ RMF	0.7635	FAM LTF	0.8432
SCBRM4	0.7582	SCBLT2	0.7545
NERMF	0.7544	ABLTF	0.6306
UOBEQRMF	0.7528		
ASP-ERF	0.7394		
BERMF	0.7091		
ABSC-RMF	0.5782		

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเบต้าของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่าทุกกองทุนมีค่าเบต้าต่ำกว่า 1.0 แสดงว่ากองทุนเหล่านี้มีความเสี่ยงต่ำกว่าตลาด ซึ่งเรียกว่า Defensive Securities เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอัตราผลตอบแทนน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงอัตราผลตอบแทนของตลาด

ผลการศึกษาข้างต้นนำมาสร้างแบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (Capital Asset Pricing Model : CAPM) ตามสมการข้างล่างและภาพประกอบที่ 1

$$E(R_i) = R_{rf} + (R_m - R_{rf})\beta_i$$



ภาพประกอบที่ 1 การประยุกต์ใช้แบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (CAPM) สำหรับประเมินราคาหลักทรัพย์

ผลตอบแทนของกองทุนจะอยู่บนเส้น Security Market Line (SML) ซึ่งหมายถึงอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ ณ ระดับความเสี่ยงใด หากผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ ไม่เท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการตามทฤษฎี CAPM นั้นแสดงว่า กองทุนที่ประเมินนั้นมีค่ามูลค่าแตกต่างไปจากมูลค่าตามทฤษฎี หมายความว่า ราคาของกองทุนนั้นอาจจะสูงกว่าที่ควรจะเป็น (Overvalued) หรือต่ำกว่าที่ควร

จะเป็น (Undervalued) และหากผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการตามทฤษฎี CAPM หมายความว่าราคาของกองทูลนั้นมีความเหมาะสม (Fair Valued)

ผลการศึกษาของกองทูลรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) จำนวน 9 กองทูล ประกอบด้วย TEGRMF, V-RMF, MAX EQ RMF, SCBRM4, NERMF, UOBEQRMF, ASP-ERF, BERMF และ ABSC-RMF พบว่า มีอัตราผลตอบแทนที่ต้องการตามทฤษฎี (CAPM) ต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจริง แสดงว่าราคาตลาดของกองทูลมีราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Undervalued) สำหรับกองทูลรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จำนวน 5 กองทูล ประกอบด้วย KEQLTF, TISCOLTF, FAM LTF, SCBLT2 และ ABLTF พบว่า มี 4 กองทูลที่ราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Under-valued) และ มี 1 กองทูลที่มีอัตราผลตอบแทนที่ต้องการตามทฤษฎี (CAPM) สูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจริง คือ FAM LTF แสดงว่าราคาตลาดของกองทูลมีราคาสูงกว่าที่ควรจะเป็น (Overvalued)

อภิปรายผล

ในการเลือกกองทูลในกองทูลรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทูลรวมหุ้นระยะยาว (LTF) นั้นผู้ลงทุนต้องพิจารณาภาพรวมของกองทูลแต่ละกองทูลที่ต้องการลงทุนมาวิเคราะห์ดูว่ากองทูลนั้นๆ มีอัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่าใด อัตราผลตอบแทนที่ได้รับสูงหรือต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์ฯ หลักการพิจารณาว่ากองทูลใดมีความน่าสนใจที่ผู้ลงทุนควรลงทุน คือ กองทูลใดที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าตลาดหลักทรัพย์ฯ กองทูลนั้นย่อมมีความเสี่ยงสูงกว่าด้วยเช่นกัน (High Risk High Return) หากผู้ลงทุนต้องการผลตอบแทนที่สูงความเสี่ยงจากการลงทุนย่อมสูงขึ้นไปด้วย ดังนั้นผู้ลงทุนจึงควรลดความเสี่ยงด้วยการกระจายการลงทุนในกองทูลต่าง ๆ ทฤษฎีตัวแบบการกำหนดราคาหลักทรัพย์ (CAPM) จะทำให้ผู้ลงทุนทราบถึงอัตราผลตอบแทนที่ต้องการตามทฤษฎี จากนั้นก็มาพิจารณาอัตราผลตอบแทนของกองทูลแต่ละกองทูลที่ได้รับจริงมาเปรียบเทียบ ผลที่ได้จะทำให้ทราบว่ากองทูลนั้นมีมูลค่ามากกว่าหรือต่ำกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับตามหลักทฤษฎี CAPM ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้จะเป็นส่วนหนึ่งสำหรับการตัดสินใจให้ผู้ลงทุนใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนซื้อหรือขายกองทูล แต่ทั้งนี้ยังมีอีกหลายปัจจัยสำหรับประกอบการพิจารณาการผู้ลงทุน ผู้ลงทุนพึงระลึกอยู่เสมอว่าการลงทุนทุกประเภทมีความเสี่ยง ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในอดีต ผลลัพธ์ที่ได้ไม่ได้หมายความว่าในอนาคตผลลัพธ์จะเป็นไปตามข้อมูลดังกล่าว ผู้ลงทุนต้องตัดสินใจภายใต้ข้อมูลรอบด้าน และพิจารณาอย่างรอบคอบและระมัดระวัง

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษานี้ได้นำทฤษฎี CAPM มาอธิบายตลาดหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพ และตัวแบบดังกล่าวมีลักษณะเป็น Single Index โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (β) มาเป็นตัวแทน (Proxy) ของความเสี่ยงที่เป็นระบบ และกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ เป็นค่าคงที่ ทำให้ตัวแบบนี้ขาดความซับซ้อน ซึ่งในสภาพความเป็นจริงผู้ลงทุนต้องนำปัจจัยอื่นมาร่วมประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการลงทุน สำหรับการนำทฤษฎี CAPM มาประยุกต์ใช้กับหลักทรัพย์หรือกองทูล ต้องมีความรอบคอบในการนำมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากการนำข้อมูลในอดีตมาใช้ ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในอดีต และนำมาใช้พยากรณ์ในอนาคต ผู้ลงทุนควรพิจารณาอย่างรอบคอบ เพราะเวลาที่แตกต่างกัน ผลลัพธ์ที่ได้ก็จะแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ทั้งด้าน

เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของ กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Equity Fund : LTF) ที่มีนโยบายการลงทุนในด้านต่าง ๆ ด้วย

รายการอ้างอิง

- จิรัตน์ สังข์แก้ว, 2544. การลงทุน, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชลิต ทองสุจริตกุล, 2543. การวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมที่ลงทุนในตราสารหนี้และกองทุนรวมที่ลงทุนในตราสารหนี้. กรุงเทพฯ : รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2553. อัตราดอกเบี้ยสำหรับบุคคลธรรมดาของธนาคารพาณิชย์ (Online). Available : http://www.bot.or.th/thai/statistics/financialmarkets/interestrate/_layouts/application/interest_rate/IN_Rate.aspx [2012, May 22]
- นนท์รัตน์ โพธิ์จิตร, 2539. อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในกองทุนรวมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นิตา ชัยประเสริฐ, 2548. การศึกษาอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว. กรุงเทพฯ : การศึกษาค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- บริษัท เซ็ทเทรด คอท คอม จำกัด. รายงานข้อมูลค่าหน่วยลงทุน (NAV กองทุนรวม เดือนธันวาคม 2547 ถึง เดือนมกราคม 2551 (Online). Available : http://www.settrade.com/C03_04_Mutual_Fund_Search_Result.jsp [2010, July 14]
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สถิติกองทุนรวม-รายชื่อ กองทุนที่จดทะเบียนและยังดำเนินการอยู่ (Online). Available: http://www.sec.or.th/infocenter/report/Content_0000000138.jsp?categoryID=CAT0000569&lang=th [2010, February 7]
- Brigham, E.F., & Ehrhardt, M.C. 2005. **Financial Management: Theory and Practice**, 11th Ed., South-Western, Ohio.
- William F. Sharpe. 1964. Capital Asset Prices : A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk. **The Journal of Finance**, Vol. 19, No. 3 (September 1964), pp. 425 -442 (January, 1996), pp. 119 - 138

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
FACTORS THAT AFFECT TO DECISION-MAKING TO INVEST
IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

วิศว หนึ่งงาม

E-mail : Visava.h@gmail.com

ดร.ชุตินาถดี ทองจีน

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ การรับรู้และพฤติกรรมว่ามีผลต่อการเลือกลงทุนของนักลงทุนในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือไม่ ตัวแปรต้นได้แก่ภาพลักษณ์ขององค์กร การรับรู้ของนักลงทุน และพฤติกรรมของนักลงทุน ตัวแปรตามคือการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักลงทุนที่เลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยคือปัจจัยทางด้านการรับรู้และด้านพฤติกรรม

คำสำคัญ : ปัจจัยภาพลักษณ์ พฤติกรรม การรับรู้ การลงทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

The purposes of this research were to study whether image, perception, and behavior affect to decision-making to invest in The Stock Exchange of Thailand or not. The independent variables included image, perception, and investors' behavior. The dependent variable was decision-making to invest in The Stock Exchange of Thailand. The sample group for this research was 400 investors who invested in The Stock Exchange of Thailand. The statistical analysis methods included frequency, mean, standard deviation, and multiple regressions. The results showed that perception and behavior affect to decision-making to invest in The Stock Exchange of Thailand.

KEYWORDS: Image, Behavior, Perception, Investment, and Stock Exchange of Thailand

บทนำ

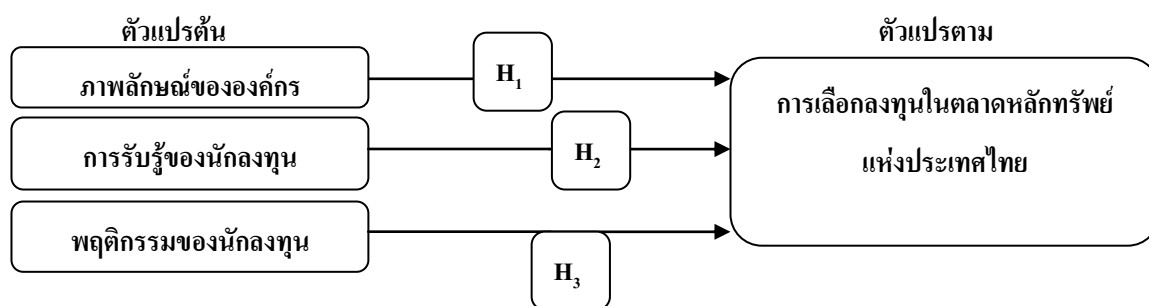
ปัจจุบันประเทศไทยก้าวสู่ยุคการค้าขายแบบเสรีที่ไม่มีการกีดกันการค้า การลงทุนต่างๆ คือการนำเงินที่มีในปัจจุบันมาลงทุนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้มากกว่าเดิม ซึ่งอาจจะเสี่ยงที่เงินเหล่านั้นจะมีมูลค่าลดลงมากกว่าก่อนการลงทุน นั่นก็คือความเสี่ยงของการลงทุน ในปัจจุบันเศรษฐกิจต่างๆ ของทั่วโลกกำลังจะเริ่มฟื้นตัวแล้ว ซึ่งจะมีการหมุนเวียนของเงินจำนวนมหาศาลไปในที่ต่างๆ ทำให้ตลาดการลงทุนต่างๆ ผันผวนอย่างมาก เพราะการที่นักลงทุนจะเลือกลงทุนบริษัทหนึ่ง ภาพลักษณ์ขององค์กรเหล่านั้นจะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างไร และจะมีทิศทางในการเลือกลงทุนอย่างไร ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นพฤติกรรมของนักลงทุนแต่ละคนที่มีมุมมองที่ไม่เหมือนกัน รวมทั้งการรับรู้ของการนักลงทุนว่าจะมีมุมมองในการเลือกลงทุนแบบใด และพฤติกรรมรวมไปถึงการรับรู้ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสิ่งที่ได้กล่าวมานั้นเป็นมุมมองด้านการตลาด เพื่อนำมาวิเคราะห์เรื่องของการลงทุน เพราะการที่จะลงทุนหรือนำเงินที่อดออมมานั้นมาทำให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นจะต้องมีการเลือกและตัดสินใจลงทุน ซึ่งทั้งภาพลักษณ์ขององค์กร พฤติกรรมของนักลงทุน และการรับรู้ของนักลงทุนจะเป็นแนวทางในการลงทุนหรือไม่ เพราะบางทีการที่จะเลือกลงทุนอะไรก็ตามควรที่จะมีการเลือกลงทุนโดยมีการดูในหลากหลายด้าน การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์นั้นปกติมักจะมองทางด้านการเงินเป็นผลตอบแทนหรือความเสี่ยง แต่หลักทรัพย์ก็คือสินค้าตัวหนึ่ง ตามมุมมองของด้านการตลาดแล้วภาพลักษณ์ การรับรู้ และพฤติกรรมจะสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้หรือไม่อย่างไร

ผู้วิจัยจึงเห็นมอเห็นปัญหาที่ว่าในการเลือกลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แล้วนั้นภาพลักษณ์ขององค์กรและการรับรู้ของนักลงทุนรวมไปถึงพฤติกรรมของนักลงทุนนั้นอาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการเลือกลงทุนได้ เพราะในด้านของการรับรู้อาจจะทราบว่าการตัดสินใจของนักลงทุนจะเป็นไปในทิศทางใด และพฤติกรรมของนักลงทุนเป็นอย่างไร รวมไปถึงการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรที่อาจจะส่งต่อนักลงทุน ซึ่งการวิจัยนี้เพื่อที่จะนำผลที่ได้มาจัดทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักลงทุนในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวความคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

1) ความหมายของภาพลักษณ์

คำว่า “Image” เดิมใช้คำว่า จินตภาพ หรือ จินตภาพ แต่ไม่ได้รับความนิยมจนกระทั่งปี พ.ศ. 2519 พลเรือตรีพระวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนราธิปประพันธ์พงศ์ จึงได้เสนอให้ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” แทน แต่ก็ยังได้รับความนิยมน้อยอยู่เพราะได้มีผู้ใช้คำว่า “ภาพพจน์” กันอย่างแพร่หลาย ทั้ง ๆ ที่ความหมายของความถูกต้องควรใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” เพราะจะตรงกับความหมายของคำว่า Image ในภาษาอังกฤษมากกว่า (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546)

คำว่า “ภาพลักษณ์” ได้มีนักวิชาการให้คำจำกัดความไว้หลายท่าน ดังนี้ ภาพลักษณ์ว่าเป็นสิ่งสะท้อนความรู้สึกความนึกคิดของคน ที่มีต่อกรณี บุคคล หรือ สถาบัน เป็นคุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมซึ่งจะเป็นพลังที่จะนำไปสู่พฤติกรรม (Robinson & Barlow, 1959)

ภาพลักษณ์เป็นภาพของสถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลที่กระตุ้นความรู้สึกขึ้นในจิตใจของคนเรารู้ว่าดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วยไม่เห็นด้วย หรือเฉย ๆ ถ้าความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไรภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น (วิจิตร อาวะกุล, 2541)

2) ความหมายของการรับรู้

การรับรู้ของบุคคล Robbins (2003) กล่าวว่า การรับรู้ (perceptions) หมายถึง กระบวนการที่ปัจเจกบุคคลจัดระบบหรือตีความสิ่งที่ประสาทสัมผัสได้ เพื่อให้ความหมายให้กับสภาพแวดล้อมของสิ่งนั้นๆ ส่วน Wagner and Hollenbeck (2005) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่ปัจเจกบุคคลเลือก (select) จัดการ (organize) เก็บ (store) และรับ (retrieve) ข้อมูล โดยส่วนใหญ่แล้ว คนเรามักจะมีความเชื่อมั่นในประสาทสัมผัสของตนเอง ในบางครั้งอาจทำให้เกิดความเชื่อ ว่า สิ่งสัมผัสหรือรับรู้ คือ ความเป็นจริง (reality) ความเชื่อในลักษณะดังกล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาได้ โดยเฉพาะกรณีที่การที่สิ่งรับรู้และความเป็นจริงของวัตถุมีความแตกต่างกันมาก ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสที่จะเกิดความเข้าใจผิดความสับสนและความขัดแย้งภายในองค์กร (Wagner & Hollenbeck, 2005, p. 73) ในขั้นตอนแรกของการรับรู้คือความสนใจเอาใจใส่ (attention) เป็นขั้นตอนที่ข้อมูลทั้งหมดถูกกรอง ดังนั้น จะมีบางส่วนผ่านเข้ามาในระบบ ขั้นตอนนี้สำคัญมาก แต่ข้อมูลที่เข้ามายังมีจำนวนมหาศาล ดังนั้น ขั้นตอนของการจัดการจะทำหน้าที่จัดการกับข้อมูลจำนวนมหาศาลและสลับซับซ้อนให้มีความง่ายขึ้น ภายหลังที่ข้อมูลต่าง ๆ ถูกจัดการให้ง่ายขึ้นข้อมูลดังกล่าวก็จะถูกจัดเก็บและดึงข้อมูลออกมาใช้ ซึ่งในบางครั้งข้อมูลบางส่วนอาจมีการสูญหายไปบ้างในกระบวนการจัดเก็บและการดึงข้อมูล

3) ความหมายพฤติกรรม

ความหมายคำว่า “พฤติกรรม” (behavior) ซิมบาร์ โดและเกอร์ริก (Zimbardo and Gerrig 1999 : 3) อธิบายว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำของบุคคลเพื่อปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ อาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมคือการกระทำ ของบุคคลในทุกลักษณะ ทั้งที่เป็นโดยธรรมชาติทางสรีระและที่จิตใจกระทำ ซึ่งอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และเป็นการกระทำที่สังเกตได้โดยอาจใช้ประสาทสัมผัสธรรมดาหรือใช้เครื่องมือช่วยการสังเกตประเภทของพฤติกรรมการศึกษาพฤติกรรมยุคปัจจุบันไม่เน้นการแบ่งประเภทของพฤติกรรมนัก แต่ในที่นี้ได้พิจารณาเห็นว่าการแบ่งประเภทของพฤติกรรมจะช่วยให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งนักจิตวิทยานิยมแบ่งพฤติกรรมได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้ (1) พฤติกรรมภายนอก (overt behavior) เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้โดยชัดเจนแยกได้อีกเป็น 2 ชนิดคือ (1.1) พฤติกรรมที่สังเกตได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือช่วย ซึ่งผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส (1.2) พฤติกรรมที่ต้องใช้เครื่องมือหรือการวิเคราะห์

เชิงวิทยาศาสตร์ ซึ่งไม่สามารถสังเกตได้ด้วยตาเปล่าหรือประสาทสัมผัสเปล่า (2) พฤติกรรมภายในหรือ “ความในใจ” (covert behavior) เป็นพฤติกรรมที่เจ้าตัวทำ นั้นจึงจะรู้ดี ถ้าไม่บอกใคร ไม่แสดงออกก็ไม่มีใครรู้ได้ ดี พฤติกรรมเหล่านี้ อาจมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกาย เช่น ขณะใช้ความคิดล้นสมองทำงานมาก หรือขณะโกรธปริมาณน้ำตาลในกระแสเลือดมีมาก ซึ่งวัดได้โดยเครื่องมือ แต่ก็ไม่มีใครรู้ละเอียดลงไปได้ว่าเขาคิดอะไร หรือ เขารู้สึกอย่างไร คนรู้ละเอียดคือเจ้าของพฤติกรรมนั้น พฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอกมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก ถ้าต้องการศึกษาให้เข้าใจเกี่ยวกับ “จิตใจ” หรือพฤติกรรมภายในของคน ก็ต้องศึกษาจากส่วนที่สัมผัสได้ชัดแจ้งคือพฤติกรรมภายนอก ซึ่งเป็นแนวทางสู่ความเข้าใจพฤติกรรมที่เป็นความในใจและการจะเข้าใจพฤติกรรมต่าง ๆ ที่มนุษย์แสดงออกอันเป็นพฤติกรรมภายนอกเราก็ต้องศึกษาให้เข้าใจธรรมชาติของการคิด การตัดสินใจ การรับรู้ การรู้สึก ฯลฯ ซึ่งเป็นพฤติกรรมภายใน การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ซึ่งจะมีทั้งพฤติกรรมภายนอก พฤติกรรมภายใน พฤติกรรมที่เป็นเรื่องของธรรมชาติสรีระ ซึ่งมักเรียกกันว่า “พฤติกรรมแบบเครื่องจักร” และพฤติกรรมที่เป็นเรื่องของประสบการณ์ ซึ่งมักเรียกกันว่า “พฤติกรรมที่มีจุดมุ่งหมาย” แต่โดยทั่วไปแล้วมักเน้นศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่เกิดเนื่องจากประสบการณ์เท่านั้น ซึ่งพฤติกรรมนั้น ๆ เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามระยะเวลาที่ผ่านไปตามความแตกต่างระหว่างบุคคล และสำหรับการศึกษาพฤติกรรมเพื่อการพัฒนาตนนั้น มุ่งเน้นการพัฒนาจิต ความคิด หรือพฤติกรรมภายในเป็นลำดับแรก เนื่องจากพฤติกรรมภายในเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลลภา ทัดี (2552) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนที่มีต่อการบริหารส่วนตำบลจำปาหวาย อำเภอเมืองจังหวัดพะเยา ในด้านผู้บริหารด้านบุคลากรด้านการจัดการงบประมาณ ด้านการบริการ และด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าทางการเกษตร และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้ภาพลักษณ์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรในด้านเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา กลุ่มอาชีพ และรายได้ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนที่มีต่อการบริหารส่วนตำบล จำปาหวาย อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ประเมินว่ามีระดับการรับรู้ของภาพลักษณ์ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านผู้บริหาร ด้านบุคลากร ด้านการงบประมาณ ด้านการบริการ ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าทางการเกษตร

รุ่งรัชรินทร์ จินณะแก้ว (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักลงทุนในการเลือกใช้บริการสาขาของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีประสบการณ์ลงทุนอยู่แล้ว 3 – 6 ปี ใช้วิธีการสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านโทรศัพท์ มากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนระยะสั้น ปริมาณเงินที่ใช้ในการซื้อขายต่อครั้งประมาณ 50,001 – 100,000 บาท โดยใช้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์และวิทยุ

กัทธยา อุดมดี (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์สินเอเชีย จำกัด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 51 – 60 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว โดยสื่อที่เปิดรับข่าวสารการลงทุนมากที่สุด คือสื่อหนังสือพิมพ์

สมมุติฐานของการศึกษา

1. H_0 : ภาพลักษณ์ขององค์กรไม่มีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 H_1 : ภาพลักษณ์ขององค์กรมีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. H_0 : การรับรู้ของนักลงทุนไม่มีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 H_1 : การรับรู้ของนักลงทุนมีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. H_0 : พฤติกรรมของนักลงทุนไม่มีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 H_1 : พฤติกรรมของนักลงทุนมีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ทำ pre-test จำนวน 50 ชุด หาค่า Cronbach Alpha ผลปรากฏว่าได้เกิน 0.7 ทุกตัวแปร แก้ไขแบบสอบถามแล้วนำไปแจกให้กับนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 400 ชุด
2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ แล้วมาบันทึกและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติ และโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต, และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ Multiple Regression Analysis

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.234 ^a	.055	.048	.72264

R คือ ค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระทั้งหมดคือ ภาพลักษณ์ขององค์กร การรับรู้ของนักลงทุน พฤติกรรมของนักลงทุน กับตัวแปรตาม การเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จากตารางค่าที่ได้มีค่าห่างจาก 1 มาก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไม่สูงมาก แสดงว่าคือตัวแปรอิสระ

R Square คือ ค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัวแปรตาม จากตารางแสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามที่เป็นด้านการตัดสินใจซื้อ เพียง 5.5% ส่วนอีก 94.5% จะเป็น

อิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในตัวแบบสอบถาม หรืออาจกล่าวได้ว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายการตัดสินใจซื้อได้เพียง 5.5%

Adjusted R Square คือค่า R Square ที่ปรับแก้แล้ว ซึ่งควรพิจารณาค่านี้นั้นแทนค่า R Square เมื่อข้อมูลที่นำมาสร้างตัวแบบมีจำนวนน้อย หรือกรณีที่ค่า R Square มีค่าสูงมาก การแปลความหมายเหมือนกับค่า R Square ซึ่งค่าที่ได้คือ 4.8%

Std. Error of the Estimate คือ ค่า ที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม จากตารางเมื่อพิจารณาแล้วอาจกล่าวได้ว่า การตัดสินใจซื้อจะมีความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดประมาณ 0.72264

ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.157	3	4.052	7.675	.000 ^a
	Residual	209.091	396	.528		
	total	221.248	399			

ผลการศึกษาที่ได้ แสดงให้เห็นว่า การทดสอบสมมติฐานจะพิจารณาจากค่าสถิติ F หรือค่าความน่าจะเป็น Sig. โดยผู้ทดสอบจะต้องกำหนดระดับนัยสำคัญ มาก่อนแล้ว โดยกำหนดไว้ที่ 0.05 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็น Sig. ที่เป็นโปรแกรมคำนวณมาให้คือ 0.000 ซึ่งมีค่า น้อยกว่า ค่า นัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ 0.05

สรุปผลได้ว่า ตัวแปรอิสระสามารถใช้พยากรณ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ไม่มีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1
ปัจจัยด้านการรับรู้ของนักลงทุน มีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1
ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักลงทุน มีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้ศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า 1.ความคิดเห็นของนักลงทุน โดยภาพรวมให้ความสำคัญทางด้านพฤติกรรมของนักลงทุน เพราะนักลงทุนให้ระดับความสนใจในปัจจัยนี้มากที่สุด เพราะถ้านักลงทุนมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการลงทุน จะเป็นการเพิ่มให้เกิดการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับวิลเลียม ชัยวรรณ (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการลงทุนในตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนรายย่อย ณ ห้องค้า จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนคือ ความมีชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์ด้านการบริการข่าวสารที่ดีและความซื่อสัตย์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าลงทุนมากที่สุด รวมทั้งระบบไอทีที่ทันสมัย และทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน และอีกเหตุผลสำคัญที่เป็นปัจจัยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ของนักลงทุน ถ้านักลงทุนมีการรับรู้ จะเกิดหรือส่งต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ นายชูศักดิ์ ชุมนตรี (2547) ได้ศึกษาการรับรู้บทบาทตามอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาท้องถิ่นของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลจังหวัดเชียงราย โดยมุ่งศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทตามอำนาจหน้าที่ของสมาชิกสภาองค์การบริหารผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลจังหวัดเชียงรายมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทตามอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาท้องถิ่นอยู่ในระดับการศึกษา ประสพการณ์ในการดำรงตำแหน่งและประสพการณ์การได้รับการฝึกอบรมสัมมนาที่ต่างกันมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ในด้านนี้น้อยเพราะในเรื่องของภาพลักษณ์หรือหมวดขององค์กรในการเลือกลงทุนสามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลาซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับ กฎา ทำดี (2552) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนที่มีต่อองค์การบริหารส่วนตำบลจำปาสายอำเภอเมืองจังหวัดในด้านผู้บริหารด้านบุคลากรด้านการจัดการงบประมาณ ด้านการบริการ และด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าทางการเกษตร และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้ภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนที่มีต่อองค์การบริหารส่วนตำบล จำปาสาย อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ประเมินว่ามีระดับการรับรู้ของภาพลักษณ์ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านผู้บริหาร ด้านบุคลากร ด้านการงบประมาณ ด้านการบริการ ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าทางการเกษตร

2. พฤติกรรมและการรับรู้ของนักลงทุนด้านการรับรู้พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่มององค์กรที่มีขนาดใหญ่ มากกว่าองค์กรที่มีขนาดเล็ก รวมทั้งนักลงทุนยังมองว่าถ้าเป็นองค์กรที่เปิดมาพร้อมกับตลาดหลักทรัพย์จะมีความเชื่อมั่นในการที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์และในด้านพฤติกรรม พบว่าถ้านักลงทุนมีความรู้และความเข้าใจที่มากพอจะเป็นการสร้างการลงทุนและนักลงทุนยังมองว่าองค์กรที่มีการจ่ายเงินปันผลทุกปีนี้นักลงทุนก็จะเกิดการลงทุน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การรับรู้และพฤติกรรมมีผลต่อการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยคือปัจจัยทางด้านพฤติกรรมซึ่งดูจากพฤติกรรมแล้วนักลงทุนจะให้ความสำคัญเช่นจะต้องมีความเข้าใจในองค์กรที่เลือกลงทุนและจะต้องเป็นองค์กรที่มีการปันผลทุกปีซึ่งนักลงทุนจะให้ความสำคัญมากในส่วนนี้ ซึ่งสอดคล้องกับ วิลาสินี ชัยวรรณ (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนรายย่อย ณ ห้องค้า จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ คือความมีชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์ด้านการบริการข่าวสารที่ดีและความซื่อสัตย์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าลงทุนมากที่สุด รวมทั้งระบบไอทีที่ทันสมัย และทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน

ข้อเสนอแนะ

1. บริษัทหลักทรัพย์ควรที่จะมีการฝึกอบรม ให้ความรู้แก่นักงานด้านการตลาดและผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้ลงทุน สร้างการรับรู้และสร้างพฤติกรรมของนักลงทุนให้เกิดการลงทุนที่เพิ่มขึ้น เพราะในบางที่ยังมีนักลงทุนส่วนมากที่ยังไม่เข้าใจในเรื่องของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่มากพอ

2. นักลงทุนส่วนใหญ่ยังมีการมองภาพลักษณะขององค์กรหลากหลายรูปแบบกล่าวคือในเรื่องของภาวะของการเลือกลงทุนหุ้นในกลุ่มต่างๆเพราะในปัจจุบันภาวะตลาดนั้นไม่จำเป็นจะต้องจัดอยู่แต่เพื่อกลุ่มพลังงานหรือกลุ่มธนาคารแต่เพียงอย่างเดียวและในเรื่องของตัวผู้บริหารนั้นก็ไม่จำเป็นต่อการเลือกลงทุนเพราะบางที่นักลงทุนจะมองแค่การลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่ต้องการเท่านั้นโดยไม่คำนึงว่าจะเป็นผู้บริหารจะเป็นใครมาบริหารขอแค่องค์กรที่เลือกลงทุนให้ผลตอบแทนที่เพียงพอแล้วก็ตาม ดังนั้น องค์กรที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ควรที่จะมองถึงภาพลักษณ์ที่แท้จริงที่นักลงทุนต้องการ

3. จากผลการศึกษาถ้ามองในภาพรวมปัจจัยทั้ง 3 ด้านกล่าวคือในเรื่องของการเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในเรื่องของการสร้างพฤติกรรมและการรับรู้ให้กับนักลงทุนนั้นถือได้ว่าสำคัญตามลำดับแต่ในส่วนของภาพลักษณ์ขององค์กรก็สำคัญถ้ามีการสร้างภาพลักษณ์ที่จะสามารถตอบโจทย์ของนักลงทุนที่ดีพอ

บรรณานุกรม

- กัทธิดา อุดมดี. 2550. “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์สินเอเชีย จำกัด”. รายงานการศึกษาเฉพาะบุคคล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูศักดิ์ ชุมนตรี. 2547. “การรับรู้บทบาทตามอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาท้องถิ่นของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดเชียงราย”, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่นบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- รุ่งรัชรินทร์ จินณะแก้ว. 2551. “พฤติกรรมของนักลงทุนในการเลือกใช้บริการสาขาของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลฎาภา ทำดี. 2552. “การรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนที่มีต่อองค์การบริหารส่วนตำบล จำปาวาย อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- วิจิตร อาวะกุล. 2541. **เทคนิคการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภิตนกุล. 2546. **การประชาสัมพันธ์ Public relations**, พิมพ์ครั้งที่ 9 ฉบับสมบูรณ์
- วิลาลินี ชัยวรรณ. 2549. “พฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของนักลงทุนรายย่อย ณ ห้องค้า จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็ก.

- Boulding, K. E. 1975. **The Image: Knowledge in life and society**. Ann Arbor, MI: The University of Michigan.
- Robinson, C., & Barlow, W. 1959. **Image Public Relations**. Public Relations Journal.
- Robbins, S. P. 2003. **Organizational Behavior** (10th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Wagner, J. A., & Hollenbeck, J. R. 2005. **Organizational Behavior Securing: Competitive Advantage**, Cincinnati, OH: South-Western.
- Zimbardo, P. G. & Gerrig, R. J. 1999. **Psychologie**, Berlin, Germany: Springer.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดในอินเทอร์เน็ต
FACTORS THAT AFFECT DECISIONS TO PURCHASE DISCOUNT
COUPON ON THE INTERNET

พงศ์ภัทร วิสุทธิเศรษฐ์

E-mail : ong_rb_121@hotmail.com

ดร.ชุติมาวดี ทองจีน

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดในอินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชาชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปในเขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตสาทร และเขตราชเทวี จำนวน 416 คน โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Multiple Regression ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านราคาและส่วนลด และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดในอินเทอร์เน็ตในระดับมาก โดยทั้งปัจจัยด้านราคา ส่วนลด และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดในอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ: ราคา ส่วนลด ความน่าเชื่อถือ คูปองส่วนลดในอินเทอร์เน็ต

ABSTRACT

This research aimed to study factors that affect Bangkok population decisions to purchase discount coupons via the Internet. Data were collected by using questionnaire from 416 general people in Bangrak, Pathumwan, Sathorn, and Ratchathewee. The statistical method used in data analysis included frequency, mean, standard deviation, and Multiple Regression. The result showed pricing, discounts factor, the reliability of the companies and stores factor affect decisions to purchase discount coupon via the Internet on a large scale. Actually, all those factors affect decisions to purchase discount coupon via the Internet at the significant level of 0.05.

KEYWORDS: Price, Discount, Reliability, Discount coupon on the internet

บทนำ

ปัจจุบันโลกของเราได้มีระบบสารสนเทศที่ทันสมัยและครอบคลุมไปทุกพื้นที่ จะเห็นได้ว่าทุกครัวเรือนในประเทศไทยมีการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งานต่างๆได้มากมายเช่น การส่งงานผ่าน E-mail, การเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่น่าสนใจ ทำให้คนในสมัยปัจจุบันสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการท่องโลกอินเทอร์เน็ตได้แทบทุกคน ทำให้ในปัจจุบันมีเว็บไซต์ต่างๆใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเช่น Amazon, E-bay, และ Agoda ซึ่งเว็บไซต์เหล่านี้สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก และจากการที่สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในยุคปัจจุบัน อยู่ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ฝืดเคือง ทำให้ประชากรมีรายได้น้อยจากการทำงานในปัจจุบัน แต่ประชาชนกลับมีรายจ่ายในการใช้จ่ายซื้อสินค้าที่ค่อนข้างสูง ประชาชนจึงมองหาสินค้าราคาถูกหรือสินค้าลดราคา

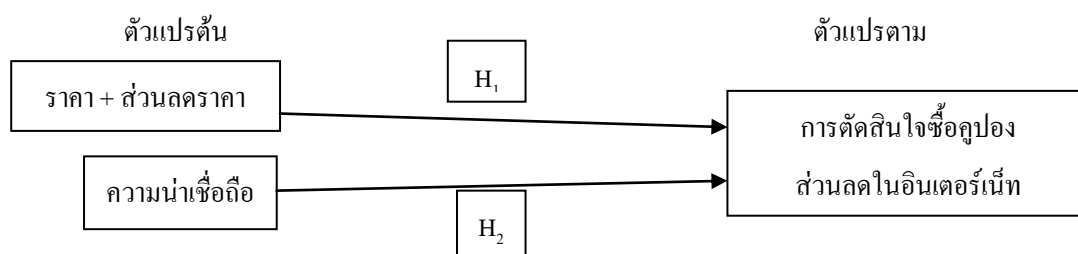
ในปัจจุบันจึงมีเว็บไซต์ที่ขายสินค้าลดราคาเป็นจำนวนมากเช่น www.ensogo.com, www.dealddi.com, และ www.yesijoin.com เป็นต้น เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และทำการขายสินค้าลดราคาให้ร้านค้าต่างๆ ซึ่งก็จะมีเงื่อนไขตามที่ร้านค้าต่างๆกำหนดไว้ โดยที่ลูกค้าที่สนใจซื้อก็จะได้รับส่วนลดตามที่ราคากำหนด แต่ลูกค้าก็ต้องทำการจ่ายเงินล่วงหน้าให้ราคาดังกล่าวก่อนไปใช้บริการ จึงเปรียบเสมือนข้อบังคับให้ลูกค้าทุกคนที่ตัดสินใจซื้อแล้ว ไปใช้บริการในร้านดังกล่าว ดังนั้นเว็บไซต์ที่ขายคูปองส่วนลดจึงต้องให้ความสนใจต่อปัจจัยที่ลูกค้ายอมรับในการที่จะตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดผ่านอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดในระบบอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดผ่านอินเทอร์เน็ต

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 : กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้นคือด้านราคาและส่วนลดราคา และด้านความน่าเชื่อถือ ส่วนตัวแปรตามคือการตัดสินใจซื้อคูปองส่วนลดในอินเทอร์เน็ต

แนวคิดเกี่ยวกับราคา

รัชชัย มงคลสกุลฤทธิ์ (2550) ราคาคือสิ่งที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ และผู้บริโภคมักจะนำคุณค่าของผลิตภัณฑ์หนึ่งไปเปรียบเทียบกับคุณค่าของอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งเสมอ ดังนั้นราคาและคุณค่าจึงเป็นการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจขั้นพื้นฐาน หรือพูดให้ง่ายเข้าคือ ขอให้รู้ว่าคุณค่า (หากวัดด้วยคุณค่าของเงิน) ของสินค้าขึ้นไตสูงกว่าเมื่อเทียบกับราคาแล้ว ผู้บริโภคจึงยอมควักกระเป๋า และเมื่อต้องเผชิญกับหลายๆ ทางเลือกนั้น ผู้บริโภคจะเลือกเอาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าโดดเด่นเหนือราคาสูงที่สุด การพิจารณาเรื่องราคาและคุณค่า จะมีส่วนช่วยให้พวกเราเข้าใจการตอบสนองของผู้บริโภคต่อราคาพิเศษและราคาที่เปลี่ยนแปลง

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องส่วนลด

นิตยรติ สุขปานประดิษฐ์ (2553) ส่วนลด (Discounts) หมายถึงเงื่อนไขที่จูงใจให้ผู้ซื้อสินค้าครั้งละมากๆ หรือให้ผู้ซื้อชำระเงินก่อนที่จะถึงกำหนดเวลาชำระเงินหรือกำหนดเวลาที่ทำให้สินเชื่อ

ส่วนลดมี 2 ประเภท คือ

1. ส่วนลดการค้า (Trade Discounts) หมายถึงจำนวนเงินผู้ขายลดให้ผู้ซื้อจากราคาที่กำหนด (List price) ไว้ทันทีไม่ว่าจะซื้อเป็นเงินสดหรือเงินเชื่อ เพื่อจูงใจให้ผู้ซื้อซื้อสินค้ามากขึ้น ส่วนลดการค้านี้จะระบุไว้เป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ของราคาขายที่กำหนดไว้ จึงทำให้ผู้ขายสามารถเปลี่ยนแปลงทางราคาขายโดยไม่ต้องมีการพิมพ์เอกสารแสดงราคาใหม่ ในทางบัญชีส่วนลดการค้าจะไม่มีการบันทึกบัญชีทั้งทางด้านผู้ขายและทางด้านผู้ซื้อ กล่าวคือผู้ขายจะบันทึกยอดขายด้วยราคาสุทธิที่หักส่วนลดการค้าแล้ว ส่วนผู้ซื้อก็เช่นเดียวกันจะบันทึกยอดซื้อด้วยราคาสุทธิที่หักส่วนลดการค้าแล้ว เพราะว่ามีผู้บันทึกบัญชีสินที่ผู้ซื้อจะต้องชำระโดยแท้จริง

2. ส่วนลดเงินสด (Cash Discounts) หมายถึงจำนวนเงินที่ผู้ขายยอมลดให้แก่ผู้ซื้อ ถ้าผู้ซื้อนำเงินสดมาชำระหนี้ภายในระยะเวลาที่ได้รับส่วนลด เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ซื้อชำระเงินก่อนที่จะถึงกำหนดเวลาชำระเงินหรือกำหนดเวลาที่ทำให้สินเชื่อหรือให้เครดิต ส่วนลดเงินสดนี้จะมีการบันทึกบัญชีทั้งด้านผู้ขายและทางด้านผู้ซื้อ เพราะการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ นั้นได้มีหนี้สินผูกพันกันอยู่ และในสัญญาซื้อขายได้ตกลงเงื่อนไขเกี่ยวกับระยะเวลาชำระหนี้ไว้ และมีข้อตกลงกันว่าถ้าหากผู้ซื้อสามารถนำเงินมาชำระได้ภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้ ผู้ขายจะให้ส่วนลดเท่านั้นเท่านี้เปอร์เซ็นต์หรือลดให้จำนวนที่แน่นอนเท่านั้นเท่านี้ ถ้าผู้ซื้อหรือลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ภายในระยะเวลาที่ระบุไว้ก็ไม่มีสิทธิ์ได้รับส่วนลดนี้

แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ

ชาตินพคุณ วิไลวรรณ (2552) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารถือเป็นตัวแปรที่มีการศึกษาในเรื่องของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เนื่องจากเชื่อว่าการสื่อสารจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงไร มาจากความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นสำคัญ

งานวิจัยอื่นๆ ยังพบว่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเกิดจากความไว้วางใจได้ (Trustworthiness) ความสามารถ (Competence) และความเป็นกลาง (Objective) (Lumsden and Lumden, 2003:27-30 อ้างถึงในชาตินพคุณ วิไลวรรณ, 2552) ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถ (Competence) คือการรับรู้ว่าคุณมีความชำนาญ (Expertise) มีคุณวุฒิ (Qualification) มีอำนาจ (Authoritativeness) และมีทักษะ (Skill)

2. ความเป็นกลาง (Objectivity) คือการมีความรู้ความชำนาญอย่างแท้จริงในเรื่องที่พูด (Good Sense) รับรู้ว่าบุคคลมองเห็นเหตุการณ์ในทุกแง่มุม ปราศจากอคติ เคารพความคิดเห็นของผู้อื่น มีเหตุผลและหลักฐานสนับสนุน รวมทั้งการประเมินอย่างยุติธรรมก่อนตัดสินใจเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

3. ความไว้วางใจ (Trustworthiness) เกิดจากการรับรู้ว่าบุคคลมีความสม่ำเสมอ (Consistent) ซื่อสัตย์ (Honest Behavior) ความตั้งใจจริง (Well Intentioned) ความมีสัจจะ (Truthful) ความไม่ลำเอียง (Unbiased) ความไว้วางใจได้จึงยอมบ่งบอกถึงความดีงามและมีจรรยาบรรณของผู้ส่งสาร

ส่วนลคัมก็จะใช้เป็นตัวดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า สำหรับการซื้อสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้คนตัดสินใจซื้อสินค้าเช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการพิสูจน์ว่าสำหรับลูกค้าบนอินเทอร์เน็ตนั้นปัจจัยทั้งสองจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่อย่างไร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริญ วังวานชาตรี, 2544 (อ้างอิงใน วรท กอวัฒนสกุล, 2551 : 51) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังน้อยอยู่ สาเหตุที่ไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเนื่องมาจากการไม่มั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์ทั้งในเรื่องข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลทางการเงิน ความไม่มั่นใจในเว็บไซต์ว่ามีความน่าเชื่อถือเพียงพอขนาดไหน หรือว่ามีอยู่จริงหรือไม่ และความไม่มั่นใจในเรื่องของการขนส่งว่าสินค้าที่ได้รับอาจไม่สมบูรณ์ ไม่ตรงกับสิ่งที่สั่งซื้อ รวมทั้งไม่รู้ระยะเวลาจัดส่งที่แน่นอน ถ้าเป็นกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่คนละประเทศ ผู้ซื้อไม่แน่ใจว่าต้องเสียภาษีเพิ่มเติมอีกเท่าใด เพราะถ้าราคาสินค้าบวกด้วยภาษีราคาอาจจะสูงเกินไป ในแง่กฎหมายปัจจุบันยังไม่มียกกฎหมายรับรองทำให้ผู้ซื้อไม่กล้าซื้อเพราะถ้าหากเกิดปัญหาผู้ซื้อจะไม่สามารถเอาผิดกับคนขายได้ในความเสียหายที่เกิดขึ้นและระบบเว็บไซต์มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ไม่ดีเข้าถึงข้อมูลได้ช้าและบางกรณีเว็บไซต์ไม่เสถียร ทำให้ไม่เกิดแรงจูงใจในการซื้อสำหรับผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ธนศ ผดุงสัตย์วงศ์, 2542 (อ้างอิงใน วรท กอวัฒนสกุล, 2551: 50) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อความเชื่อมั่นของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยสำรวจผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน และสถาบันการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตนั้นมีจำนวนผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในอัตราส่วนที่น้อยมาก โดยเหตุผลสำคัญของผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการนั้น เพราะไม่มั่นใจในความปลอดภัยและบางส่วนยังคิดว่าไม่จำเป็น แต่สำหรับทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มคิดว่าจะสามารถช่วยเพิ่มความมั่นใจ นั้นคือการมีกฎหมายรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

เนื่องจากงานวิจัยเกี่ยวกับการซื้ออุปโภคส่วนลคัมเป็นเรื่องใหม่ยังไม่มียกมาก่อน มีแต่การซื้อของผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้จะเห็นถึงความแตกต่างจากตอนที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยใหม่ๆ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ทำ pre-test จำนวน 40 ชุด หาค่า Cronbach Alpha ผลปรากฏว่าได้เกิน 0.7 ทุกตัวแปร แกะไขแบบสอบถามแล้วนำไปแจกให้ประชาชนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตทั่วไปตามเขตบางรัก ปทุมวัน สาทร และราชเทวี จำนวน 416 ชุด
2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า แล้วมาบันทึกและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติ และโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ
2. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้เป็นสถิติเบื้องต้นในการอภิปรายผล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{x}$), และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ Multiple Regression Analysis

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.485	.482	.43150

a. Predictors: (Constant), Meanprice, Meancredi

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่า R Square แสดงถึงอิทธิพลที่ตัวแปรต้นทั้งหมดที่ต่อตัวแปรตาม ซึ่งแสดงว่าตัวแปรด้านราคา ส่วนลด และความน่าเชื่อถือของบริษัทและร้านค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของส่วนลดในอินเตอร์เน็ตได้ 48.50% ส่วนอีก 51.50% จะเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในแบบสอบถามหรืออาจกล่าวได้ว่าตัวแปรต้นทั้งหมดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของส่วนลดในอินเตอร์เน็ตได้ 48.50%

จากผลการวิเคราะห์ Std. Error of the Estimate ที่แสดงความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรต้นทั้งหมดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของส่วนลดในอินเตอร์เน็ต ประมาณ 0.43150

ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.389	2	36.194	194.388	.000 ^a
	Residual	76.899	413	.186		
	Total	149.288	415			

a. Predictors: (Constant), Meanprice, Meancredi

b. Dependent Variable: Meandecis

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ด้านราคาและส่วนลดส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ส่วนลดในอินเทอร์เน็ตตารางที่ 3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.953	.162		5.880	.000
	Meanprice	.770	.040	.686	19.175	.000

a. Dependent Variable: Meandecis

จากตารางที่ 2 และ 3

1. H_0 = ตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัวไม่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ส่วนลดในอินเทอร์เน็ต
 H_1 = ตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัวส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ส่วนลดในอินเทอร์เน็ต
2. สถิติทดสอบ คือ $F = 194.388$
3. สถิติทดสอบ คือ $T = 5.880$
4. ค่า $Sig = 0.000$
5. ระดับนัยสำคัญ $= 0.05$
6. ผลการวิเคราะห์ค่า $Sig. = .000$ ซึ่งทำให้ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 จึงสรุปผลได้ว่าตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ส่วนลดในอินเทอร์เน็ต

และจากการวิเคราะห์ค่า $F=194.388$ ส่งผลให้ตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าสำหรับสินค้าอุปกรณ์ส่วนลดนั้นผู้บริโภคยังไม่ค่อยนิยมซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตมากนัก แต่ตัวแปรด้านราคาและส่วนลด กับตัวแปรด้านความน่าเชื่อถือส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ส่วนลดบนอินเทอร์เน็ตของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

การอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยซื้ออุปกรณ์ส่วนลดในอินเทอร์เน็ต ถึง 60.5% ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีย์ มยงพงษ์ (2542) อ้างใน (วรท กอวัฒนสกุล, 2551: 49) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัย พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธเนศ พงศ์สัตย์วงศ์ (2542) อ้างใน (วรท กอวัฒนสกุล, 2551: 50) ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อความเชื่อมั่นของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตนั้นมีจำนวนผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในอัตราส่วนที่น้อยมาก โดยเหตุผลสำคัญของผู้ซื้อที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการ เพราะไม่มั่นใจในความปลอดภัยและบางส่วนยังคิดว่าไม่จำเป็น และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปราณี จริยะพร (2543) อ้างใน (ภัทรพร ทิมแดง, 2549: 22) ศึกษาเรื่อง ความเห็นและการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนน้อยเท่านั้นที่เคยซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ไม่แน่ใจในคุณสมบัติของสินค้าว่าตรงกับที่โฆษณาหรือไม่

2. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทและร้านค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ส่วนลดในอินเทอร์เน็ต โดยทั้งหมดมีความสำคัญในระดับมาก โดยพิจารณาทุกตัวแปรจะเห็นได้ว่าอยู่ในระดับมากทุกตัวแปร เช่น ชื่อเสียงของเว็บไซต์และร้านค้าที่ดี บริษัทมีช่องทางต่างๆ ในการตอบข้อสงสัยของลูกค้า และระบบการชำระเงินมีความสะดวกและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Marshall and Lasaki (2002) อ้างใน (ภัทรพร ทิมแดง, 2549: 26) ศึกษาเรื่ององค์ประกอบที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องการให้มีบนเว็บไซต์เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือจากการสำรวจ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เพิ่งเริ่มใช้งานมานานต้องการให้เว็บไซต์ นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน แสดงแหล่งที่มาสามารถใช้งานง่าย แสดงอีเมล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และนโยบายของบริษัท ตลอดจนแนวทางการแก้ไขถ้ามีปัญหาเกิดขึ้น

3. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ส่วนลดในอินเทอร์เน็ต โดยทั้งหมดมีความสำคัญในระดับมาก โดยพิจารณาทุกตัวแปรจะเห็นได้ว่าอยู่ในระดับมากทุกตัวแปร เช่น ราคาของสินค้าอยู่ในระดับที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคต้อง ราคาสินค้าในเว็บไซต์มีราคาถูกกว่าที่ร้านค้า และส่วนลดที่ได้รับมีความดึงดูดใจในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ส่วนลด สอดคล้องกับ สวารศ ยัมเจริญ (2552) อ้างอิงจาก (<http://dlibrary.spu.ac.th:8080/dspace/handle/123456789/1276>) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภค พบว่า เหตุผลในการเข้าใช้บริการร้านสะดวกซื้อเพราะราคาของสินค้าและบริการใกล้เคียงกัน และชอบการส่งเสริมการขายแบบลดราคา

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านราคา จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการที่ราคาของสินค้าอยู่ในระดับความต้องการเหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และการอธิบายรายละเอียดของสินค้าและบริการทางเว็บไซต์ต่างๆ จึงควรหันมาพิจารณาในการนำสินค้าในแต่ละประเภทมาขายให้กับผู้บริโภคให้สามารถทันกระแสและราคาอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ และควรหาสินค้าและบริการหลายๆ ประเภทมาให้ผู้บริโภคได้มีทางเลือก

รวมทั้งควรมีการอธิบายรายละเอียดของสินค้าและบริการให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ควรมีรูปภาพประกอบในการใช้สินค้าและบริการต่างๆ

2. ด้านส่วนลด จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาสินค้ามากกว่าการซื้อที่ร้านค้า และส่วนลดที่ได้รับมีความดึงดูดใจ ทางเว็บไซต์ต่างๆ จึงควรทำการตกลงกับร้านค้าเพื่อขอเพิ่มส่วนลดให้มากขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการการชื้ออุปโภคส่วนลดในอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น จะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายให้ร้านค้าต่างๆ ได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

3. ด้านความเชื่อถือของบริษัทยักษ์ใหญ่และร้านค้า จากการศึกษาคู่มือแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องการเงินที่ต่างกันของผู้ที่เคยเข้าไปใช้บริการ และระบบการจ่ายเงินที่มีความสะดวกและปลอดภัย เว็บไซต์ควรมีการเพิ่มคำอธิบายต่างๆ เกี่ยวกับร้านค้าและผู้ที่เคยเข้าไปใช้บริการ ภายในหน้าเว็บไซต์และจากการที่ระบบทางเลือกในการชำระเงินที่ยังไม่ปลอดภัย เว็บไซต์ควรทำการเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินให้กับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น อาจจะเป็นการให้ผู้บริโภคนำเป็นชำระเงินที่ร้านค้าได้เอง

4. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจชื้ออุปโภคสินค้าในอินเทอร์เน็ต เช่น ความสะดวกสบายในการใช้งาน ผลที่ได้รับจากการใช้บริการ เป็นต้น

บรรณานุกรม

ชาตินพคุณ วิไลวรรณ. 2552. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดบลูแพลเน็ต พันทิปดอทคอม.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รัชชัช มงคลสกุลฤทธิ์. 2550. คัมภีร์การตั้ง...ราคาสินค้า. กรุงเทพฯ : โอ เอ็ม บัคส์

นิตยร์ดี สุขปานประดิษฐ์. 2553. บัญชีเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : จิตวัฒนา

ภัทรพร ทิมแดง. 2549. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (E-Commerce) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

วรท กอวัฒนสกุล. 2551. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. (ม.ป.ป.). สืบค้นวันที่ 18 มิถุนายน 2555, จาก

<http://dlibrary.spu.ac.th:8080/dspace/handle/123456789/1276>

แบบจำลองการพยากรณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศของไทย**ECONOMIC FORECASTING MODEL
FOR THAILAND'S INTERNATIONAL TRADE****อลงกต จันทารุง****นักศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง****รองศาสตราจารย์ ดร. ไกร โพธิ์งาม****อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์****บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและเปรียบเทียบแบบจำลองทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ซึ่งประกอบด้วย แบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model) แบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average with Exogenous variables (ARIMAX) และแบบจำลอง Vector Autoregressive (VAR) ว่าแบบจำลองใดมีความเหมาะสมในการนำมาใช้พยากรณ์มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทย โดยพิจารณาแบบจำลองที่ทำให้ผลการพยากรณ์มีความคลาดเคลื่อนจากค่าสถิติทดสอบที่น้อยที่สุด ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบแบบจำลองประกอบด้วย 4 วิธี คือ 1) Root Mean Square Error (RMSE) 2) Mean Absolute Error (MAE) 3) Mean Absolute Percent Error (MAPE) และ 4) Theil's inequality coefficient (U-theil) ผลการวิจัยพบว่า การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกควรใช้แบบจำลองโครงสร้าง ซึ่งได้ค่า RMSE MAE MAPE และ U-theil เท่ากับ 23,508.00 16,920.33 4.345989 และ 0.029713 ตามลำดับ และการพยากรณ์มูลค่าการนำเข้าควรใช้แบบจำลอง ARIMAX ซึ่งได้ค่า RMSE MAE MAPE และ U-theil เท่ากับ 25,297.66 18,466.92 4.864081 และ 0.032648 ตามลำดับ

คำสำคัญ : แบบจำลอง การพยากรณ์ การค้าระหว่างประเทศ**ABSTRACT**

This research aims to create and compare the economic forecasting model for Thailand's international trade that using in forecasting which included Structural Model, Autoregressive Integrated Moving Average with Exogenous Variables Model (ARIMAX) and Vector Autoregressive Model (VAR) that the model is suitable for forecast the export value, import value and exchange rate of Thailand. By considering the model makes the result of the forecast error from the statistic test at least. The statistics that using in the test of model are included with 4 ways, 1) Root Mean Square Error (RMSE) 2) Mean Absolute Error (MAE) 3) Mean Absolute Percent Error (MAPE) and 4) Theil's inequality coefficient (U-theil). The results showed that the export value forecasting and exchange rate should be using the Structure Model, which has an RMSE, MAE, MAPE and U-theil equal 23,508.00 , 16,920.33 , 4.345989

and 0.029713, respectively and the import value forecasting should be using the ARIMAX Model, which has the RMSE, MAE, MAPE and U-theil equal 25,297.66 , 18,466.92 , 4.864081 and 0.032648, respectively

KEYWORD : Model, Forecasting, International trade

บทนำ

ในปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศได้ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นโดยนโยบายทางการค้าและการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีความพยายามที่จะเชื่อมโยงประเทศต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อสิทธิประโยชน์ต่อกันส่งผลให้การส่งออกและการนำเข้าเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังจะเห็นได้จากสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยที่มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้าจาก 5,302,119 ล้านบาท และ 4,870,186 ล้านบาท ตามลำดับ ในปี พ.ศ. 2550 เพิ่มขึ้นเป็น 6,896,541 บาท และ 6,973,650 ตามลำดับ ในปี พ.ศ. 2554 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2555) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของภาคการส่งออกและการนำเข้าที่มีต่อเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ โดยการส่งออกส่วนใหญ่เป็นการส่งออกสินค้าสำเร็จรูปและสินค้าเกษตร ในขณะที่การนำเข้าของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าสินค้าทุนเพื่อนำมาแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูป แล้วส่งออกไปขายยังต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญให้เกิดการจ้างงานและการลงทุน ดังนั้นการที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิดต้องทำการค้ากับต่างประเทศอยู่เสมอซึ่งมีมูลค่าการค้าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงควรมีการสร้างแบบจำลองทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศที่มีความเหมาะสมมากที่สุด เพื่อเป็นการสร้างเครื่องเตือนภัยล่วงหน้าในทางการค้าระหว่างประเทศอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงการส่งออกและการนำเข้าซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับตัวของภาคเอกชนและใช้ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายของภาครัฐในการรักษาเสถียรภาพทางด้านการค้าระหว่างประเทศได้อย่างทันเหตุการณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสร้างและเปรียบเทียบแบบจำลองทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศที่นำไปใช้ในการพยากรณ์ว่าแบบจำลองใดมีความเหมาะสมในการนำมาใช้พยากรณ์มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้าประเทศไทย

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การปรับดุลการชำระเงินตามวิธีความยืดหยุ่น (The Elasticity Approach to Balance of Payment) เป็นการศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อสินค้าเข้าและสินค้าออก โดยประเทศที่มีดุลการชำระเงินขาดดุลภายใต้อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ที่จะลดค่าของเงิน (devaluation) ซึ่งเจ้าหน้าที่ทางการเงินทำการเพิ่มอัตราแลกเปลี่ยนจากค่าเสมอภาคหนึ่งไปสู่ค่าเสมอภาคอีกค่าหนึ่ง สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเสรีการเสื่อมค่าของเงินเรียกว่า depreciation ผลของการลดค่าของเงินหรือการเสื่อมค่าของเงินทั้ง 2 ระบบเหมือนกัน คือ อัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น (Pilbeam K., 2006)

การปรับดุลการชำระเงินตามกลไกรายได้ (The Income Approach to Balance of Payment or The Small-Country Keynesian Model) รายได้ดุลยภาพของระบบเศรษฐกิจจะถูกกำหนดโดยการลงทุนบวกกับการส่งออก เท่ากับการออมบวกกับการนำเข้าหรือการออมลบด้วยการลงทุนบวกเท่ากับการส่งออกลบด้วยการนำเข้า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงส่วนกระตุ้นหรือมีการลงทุนหรือการส่งออก จะทำให้รายได้เปลี่ยนแปลงโดยผ่านการทำงานของ

ตัวคูณการนำเข้าซึ่งมีค่าเท่ากับ $1/(MPS+MPM)$ และการที่ระบบเศรษฐกิจมีรายได้ดุลยภาพ ดุลการชำระเงินไม่จำเป็นจะต้องสมดุล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลการส่งออกและการนำเข้าของประเทศ (Pilbeam K., 2006)

นอกจากแนวคิด The Elasticity และ The Income Approach ที่กล่าวมาแล้วนั้น ยังพบว่า

การส่งออก ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ของผู้ซื้อในต่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ระดับราคาและปริมาณการผลิตภายในประเทศ นโยบายการค้าของประเทศและของต่างประเทศ (วรรณพรพรมมา, 2551)

การนำเข้า ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ของคนในประเทศที่มีต่อสินค้าต่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ระดับราคาภายในประเทศ และนโยบายการค้าของประเทศ (วิลเลียม จูริงกิจ, 2548)

แบบจำลองโครงสร้าง เป็นแบบจำลองทางเศรษฐมิติ ด้วยสมการการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Equation) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่าง ๆ กับตัวแปรตาม ดังสมการ

$$Y_t = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

$$Y_t = \delta + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 X_{3t} + \dots + \beta_n X_{nt} + \varepsilon_t$$

ซึ่งมีข้อสมมติพื้นฐาน คือ 1) สมการตัวแบบจะมีลักษณะเป็นเส้นตรงหรือเชิงเส้นในตัวสัมพันธ์ 2) ตัวแปรอธิบาย (X) จะเป็นตัวแปรที่มีค่าแน่นอนไม่ใช่ตัวแปรสุ่ม 3) ตัวแปรอธิบาย (X) จะเป็นอิสระซึ่งกันและกัน หรือไม่มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น 4) ตัวแปรความคลาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์ $E(\varepsilon_t) = 0$ มีการกระจายแบบปกติ $[\varepsilon_t \sim N]$ มีความแปรปรวนของตัวแปรคลาดเคลื่อนคงที่ $E(\varepsilon_t^2) = \sigma^2$ และตัวแปรคลาดเคลื่อนจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน $E(\varepsilon_t, \varepsilon_{t-1}) = 0$ (Damodar G., 2003)

แบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average with Exogenous variables (ARIMAX) เกิดจากการผสมผสานแบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average หรือแบบจำลอง ARIMA ของ George E.P.Box และ Gwilym M. Jenkins กับปัจจัยอื่น (X) ที่น่าจะมีอิทธิพลต่อตัวแปรที่ต้องการศึกษาเพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายได้มากขึ้น ซึ่งเรียกแบบจำลองนี้ว่าแบบจำลอง ARIMAX มีรายละเอียดดังนี้ (มนตรี พิริยะกุล, 2546)

1) แบบจำลอง Auto Regressive (AR(p)) เป็นรูปแบบที่แสดงว่าตัวแปรที่ต้องการศึกษา (y_t) ถูกกำหนดจากค่าของ $y_{t-1}, \dots, y_{t-p}$ โดยกระบวนการหรือระบบ AR(p) คือกระบวนการหรือระบบ Auto Regressive ที่มีอันดับที่ p ซึ่งเขียนอยู่ในรูปสมการ AR(p) คือ $x_t = \mu + \phi_1 x_{t-1} + \phi_2 x_{t-2} + \dots + \phi_p x_{t-p} + \varepsilon_t$ โดยที่ $\mu =$ ค่าคงที่, $\phi_j =$ พารามิเตอร์ตัวที่ j, $\varepsilon_t =$ ค่าความคลาดเคลื่อน ณ เวลา t

2) แบบจำลอง Moving Average (MA(q)) เป็นรูปแบบที่แสดงว่าค่าสังเกต y_t ถูกกำหนดจากค่าความคลาดเคลื่อน $\varepsilon_{t-1}, \dots, \varepsilon_{t-q}$ โดยกระบวนการหรือระบบ MA(q) คือกระบวนการหรือระบบ Moving Average ที่มีอันดับ q ซึ่งเขียนเขียนในรูปสมการ MA(q) คือ $x_t = \mu + \varepsilon_t - \theta_1 \varepsilon_{t-1} - \theta_2 \varepsilon_{t-2} - \dots - \theta_q \varepsilon_{t-q}$ โดยที่ $\mu =$ ค่าคงที่, $\theta_j =$ พารามิเตอร์เฉลี่ยเคลื่อนที่ตัวที่ j, $\varepsilon_t =$ ค่าความคลาดเคลื่อน ณ เวลา t

3) กระบวนการ Integrated (I(d)) เป็นการหาผลต่างของอนุกรมเวลาระหว่างข้อมูล ปัจจุบันกับข้อมูลถอยหลังไป d คาบเวลา โดยสาเหตุที่ต้องทำการหาผลต่างของอนุกรมเวลา เนื่องจากแบบจำลอง ARIMA ต้องใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีคุณสมบัติคงที่ (Stationary) เท่านั้น โดยในกรณีข้อมูลอนุกรมเวลาที่ใช้ในการวิเคราะห์มีคุณสมบัติไม่คงที่ (Nonstationary) จะต้องทำการแปลงข้อมูลดังกล่าวให้เป็นข้อมูลที่มีคุณสมบัติคงที่ก่อน โดยการหาผลต่างของข้อมูลอนุกรมเวลาก่อนที่นำไปสร้างแบบจำลอง ARIMA ซึ่งโดยทั่วไปแล้วถ้าต้องหาผลต่างอันดับที่ d สามารถเขียนในรูปสมการ I(d) คือ $\Delta_d x_t = \Delta_{d-1}(x_t - x_{t-1})$ หรือ $(1-B)^d x_t$

4) แบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average with Exogenous variables เมื่อนำแบบจำลอง Auto Regressive แบบจำลอง Moving Average กระบวนการ Integrated และปัจจัยอื่นที่นำจะมีอิทธิพลต่อตัวแปรที่ต้องการศึกษา มาพิจารณารวมกัน จะได้แบบจำลองดังนี้

$$\Delta_d y_t = \delta + \beta_1 x_{1t} + \dots + \beta_K x_{Kt} + \phi_1 \Delta_d y_{t-1} + \dots + \phi_p \Delta_d y_{t-p} + \varepsilon_t - \theta_1 \varepsilon_{t-1} - \dots - \theta_q \varepsilon_{t-q}$$

โดยที่ y_t = ค่าสังเกตในอนุกรมเวลา ณ เวลา t , x_t = ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรที่ต้องการศึกษาหรือตัวแปรอิสระ, d = จำนวนครั้งของการหาผลต่างเพื่อให้อนุกรมเวลามีคุณสมบัติคงที่ (Stationary), p = อันดับของ Autoregressive, q = อันดับของ Moving Average, δ = ค่าคงที่, t = เวลา, Δ^d = ผลต่างอันดับที่ d , $\phi_1, \dots, \phi_p$ = พารามิเตอร์ของ Auto Regressive, $\theta_1, \dots, \theta_q$ = พารามิเตอร์ของ Moving Average, ε_t = กระบวนการ white noise ซึ่งก็คือ ค่าความคลาดเคลื่อน ณ เวลา t ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความคลาดเคลื่อนที่คนละเวลาเป็นตัวแปรสุ่มที่เป็นอิสระต่อกันโดยมีการแจกแจงปกติที่มีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์และความแปรปรวนคงที่

แบบจำลอง Vector Autoregressions (VAR) เป็นแบบจำลองหนึ่งที่น่าสนใจใช้วิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาในอดีต โดยพิจารณาความสัมพันธ์ของความเคลื่อนไหวของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อกันภายใต้กรอบความสัมพันธ์ของแบบจำลองที่กำหนดไว้ ตัวแปรภายในของแบบจำลอง VAR แต่ละตัวนั้นจะอธิบายด้วยค่าล่าหลังหรือค่าในอดีตของตัวแปรภายในนั้นและค่าล่าหรือค่าล่าหลังของตัวแปรภายในอื่น ๆ นอกจากนี้แบบจำลอง VAR ยังมีจุดเด่นที่สำคัญคือสามารถระบุปัญหาที่จะต้องกำหนดว่าตัวแปรใดเป็นตัวแปรภายนอกหรือตัวแปรใดเป็นตัวแปรภายใน ดังนั้นแบบจำลอง VAR จึงเหมาะสมกับการพยากรณ์ตัวแปรต่าง ๆ ที่ไม่ทราบว่าจะตัวแปรใดเป็นตัวแปรภายในหรือตัวแปรภายนอก รวมถึงการพยากรณ์ที่ตัวแปรในแบบจำลองนั้นเป็นตัวแปรซึ่งกำหนดซึ่งกันและกัน กล่าวคือ X เป็นสาเหตุให้เกิดผลกับ Y และ Y ก็เป็นสาเหตุให้เกิดผลกับ X ซึ่งจากจุดเด่นของแบบจำลอง VAR ซึ่งลักษณะของระบบสมการของแบบจำลอง VAR มีดังนี้ (นภาพร แซ่เตียว, 2550)

$$BY_t = \Omega + \sum_{i=1}^n \Gamma_i Y_{t-i} + \mu_t$$

โดยที่ Y_t เป็นเวกเตอร์ตัวแปร Endogenous ขนาด $m \times 1$, B = เมตริกซ์สัมประสิทธิ์ของตัวแปร endogenous ในเวลาปัจจุบันที่มีขนาด $m \times m$ โดยพจน์ที่อยู่บนเส้นทแยงมุม (diagonal) เท่ากับ 1, Ω = เวกเตอร์ค่าคงที่ขนาด $m \times 1$, Γ_i = เมตริกซ์สัมประสิทธิ์ของตัวแปร Endogenous ในเวลาอดีต (Y_{t-i}) ที่มีขนาด $m \times m$, μ_t = เวกเตอร์ของ Disturbance Term โดยมีคุณสมบัติ white noise ขนาด $m \times 1$

แบบจำลอง Primitive VAR ดังกล่าวยังไม่สามารถนำมาประมาณค่าแบบกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) ได้ เพราะมี Contemporaneous Effects ระหว่างตัวแปร Endogenous (Y_t) ด้วยกัน ทำให้ตัวแปรอิสระในแต่ละสมการมีความสัมพันธ์กับตัวรบกวน (Disturbance Term) ในสมการนั้น ดังนั้น การประมาณค่าโดยวิธี OLS จะทำให้ค่าประมาณของสัมประสิทธิ์มีลักษณะเป็น Biased และ Inconsistent เราจึงต้องปรับเปลี่ยนแบบจำลอง Primitive VAR ให้อยู่ในรูป Reduced form โดยการคูณ B^{-1} จะได้

$$Y_t = \delta + \sum_{i=1}^n A_i Y_{t-i} + \varepsilon_t ; \delta = B^{-1} \Omega, A_i = B^{-1} \Gamma_i, \varepsilon_t = B^{-1} \mu_t$$

โดยที่ $A_i = A_i(L)$ ถูกกำหนดจากค่าในอดีตของตัวเองและตัวแปร Endogenous ตัวอื่น

จะเห็นได้ว่า Contemporaneous Effects ระหว่างตัวแปร Endogenous ได้ถูกขจัดออกไปแล้ว ดังนั้นการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี OLS จะทำให้ค่าประมาณที่ได้มีลักษณะเป็น Unbiased และ Consistent

แบบจำลอง VAR ในรูปของ Reduced Form สามารถนำมาเขียนในรูปเมทริกซ์ได้ดังนี้

$$\begin{bmatrix} Y_{1t} \\ Y_{2t} \\ \vdots \\ Y_{mt} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \delta_{10} \\ \delta_{20} \\ \vdots \\ \delta_{m0} \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} A_{11}(L) & A_{12}(L) & \dots & A_{1m}(L) \\ A_{21}(L) & A_{22}(L) & \dots & A_{2m}(L) \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ A_{m1}(L) & A_{m2}(L) & \dots & A_{mm}(L) \end{bmatrix} \begin{bmatrix} Y_{1t-i} \\ Y_{2t-i} \\ \vdots \\ Y_{mt-i} \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \varepsilon_{1t} \\ \varepsilon_{2t} \\ \vdots \\ \varepsilon_{mt} \end{bmatrix}$$

โดยที่

$A_{ij}(L)$ คือ The Polinomials in the Lag Operator L

จากสมการแสดงให้เห็นว่า ค่าของตัวแปร Endogenous ตัวหนึ่งจะถูกกำหนดจากค่าในอดีต ทั้งจากตัวของมันเองและตัวแปรอื่น ดังนั้น การกำหนดให้จำนวน Lag ที่มากขึ้น จะทำให้ความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมเชิงพลวัตของแบบจำลอง VAR ในรูปของ Reduced Form สูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน Degree of Freedom จะลดลง เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ที่ถูกประมาณค่าจะสูงขึ้น ทำให้ผลการประมาณมีความน่าเชื่อถือลดลง ดังนั้น เราจึงต้องหาค่าจำนวน Lag ที่เหมาะสม ซึ่งในงานวิจัยนี้ จะใช้วิธี Likelihood Ratio Test

และเนื่องจากในการวิจัยนี้เรากำหนดให้ตัวแปรทุกตัวเป็นตัวแปรภายในผลที่ได้จะแสดงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปรในแบบจำลอง แต่ผู้วิจัยสนใจเพียงสมการที่มีผลกระทบต่อตัวแปรมูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้ามาพิจารณาเท่านั้น

วิธีการดำเนินวิจัย

ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา ประเภทรายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2543 ถึงเดือนธันวาคม 2554 โดยข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์มูลค่าการส่งออก ได้แก่ มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท) (EX), ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของประเทศคู่ค้าที่สำคัญเฉลี่ย 5 ประเทศ/กลุ่มประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศอาเซียน และกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป (WPI), ดัชนีราคาสินค้าส่งออกโดยเปรียบเทียบระหว่างดัชนีราคาส่งออกกับดัชนีราคาผู้ผลิต (PIEX), อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ) (ER) และข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์มูลค่าการนำเข้า ได้แก่ มูลค่าการนำเข้า (ล้านบาท) (IM), ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของประเทศไทย (TIPI), ดัชนีราคาสินค้านำเข้าโดยเปรียบเทียบระหว่างดัชนีราคานำเข้ากับดัชนีราคาผู้ผลิต (PIIM), อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ) (ER) ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, U.S.Department of Labor และ International Monetary Fund (IMF) พร้อมทั้งวิเคราะห์แบบจำลองด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Econometric views

แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัยและเทคนิคการวิจัย

1. การพยากรณ์ด้วยแบบจำลองโครงสร้าง มีขั้นตอนในการสร้างแบบจำลองและการพยากรณ์ ดังนี้

1) ทดสอบ Stationary ของตัวแปรด้วย Unit Root Test ถ้าพบว่า ตัวแปรตัวใดเป็น Non-stationary สามารถ Stationary ด้วยการนำ First Difference และปรับให้ตัวแปรทุกตัวมี Scale เดียวกันด้วยการใส่ Ln ซึ่งจะทำให้ข้อมูลอยู่ในรูปอัตราการเปลี่ยนแปลงแทนด้วยสัญลักษณ์ $\Delta \ln(X)$

2) กำหนดแบบจำลองโครงสร้างสำหรับการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้า ดังนี้

$$\Delta^d \ln EX_t = \delta + \beta_1 \Delta^d \ln EX_{t-1} + \beta_2 \Delta^d \ln WPI_t + \beta_3 \Delta^d \ln PIEX_t + \beta_4 \Delta^d \ln ER_t + \varepsilon_t$$

$$\Delta^d \text{LnIM}_t = \delta + \beta_1 \Delta^d \text{LnIM}_{t-1} + \beta_2 \Delta^d \text{LnTIPI}_t + \beta_3 \Delta^d \text{LnPIIM}_t + \beta_4 \Delta^d \text{LnER}_t + \varepsilon_t$$

3) ประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองโครงสร้าง แล้วนำผลที่ได้ไปทำการพยากรณ์แล้วพิจารณาค่าคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ด้วยค่าสถิติทดสอบ ซึ่งค่าสถิติที่สำคัญที่ใช้ในการทดสอบในการวิจัยนี้ประกอบด้วย ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Root Mean Square Error: RMSE) ความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Error: MAE) เปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Percent Error: MAPE) และค่า Theil's inequality coefficient (U-theil) (Damodar G., 2003)

2. การพยากรณ์ด้วยแบบจำลอง ARIMAX มีขั้นตอนในการสร้างแบบจำลองและการพยากรณ์ ดังนี้

1) ทดสอบ Stationary ของตัวแปรด้วย Unit Root Test ซึ่งในขั้นตอนนี้จะทำให้ทราบถึงระดับของการ Integrate ของข้อมูลตัวแปรว่ามีคุณสมบัติเป็นอนุกรมเวลาที่ Integrated ที่ระดับ (Order) ใด ทำให้ทราบว่าแบบจำลอง ARIMAX(p,d,q) มีระดับ (Order) ของ d มีค่าเท่ากับเท่าไร

2) ทดสอบค่า SBIC ที่น้อยที่สุด เพื่อหาจำนวน Lags ที่เหมาะสมของค่า AR(p) เป็นการพิจารณาในเทอมของตัวมันเองในอดีต (Y_{t-p}) และ MA(q) เป็นการพิจารณาในเทอมของค่าความคลาดเคลื่อนในอดีต (Y_{t-q})

3) กำหนดแบบจำลอง ARIMAX สำหรับการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้า ดังนี้

$$\Delta^d \text{EX}_t = \delta + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta^d \text{EX}_{t-i} - \sum_{j=1}^q \theta_j \varepsilon_{t-j} + \lambda_1 \Delta^d \text{WIPI}_t + \lambda_2 \Delta^d \text{PIEX}_t + \lambda_3 \Delta^d \text{ER}_t + \varepsilon_t$$

$$\Delta^d \text{IM}_t = \delta + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta^d \text{IM}_{t-i} - \sum_{j=1}^q \theta_j \varepsilon_{t-j} + \lambda_1 \Delta^d \text{TIPI}_t + \lambda_2 \Delta^d \text{PIIM}_t + \lambda_3 \Delta^d \text{ER}_t + \varepsilon_t$$

4) ประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลอง ARIMAX แล้วนำผลที่ได้ไปทำการพยากรณ์แล้วพิจารณาค่าคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ด้วยค่าสถิติทดสอบ

3. การพยากรณ์ด้วยแบบจำลอง VAR มีขั้นตอนในการสร้างแบบจำลองและการพยากรณ์ ดังนี้

1) ทดสอบ Stationary ของตัวแปรด้วย Unit Root Test

2) ทดสอบค่า Likelihood Ratio Test (LR Test) เป็นการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อหาจำนวน Lags ที่เหมาะสม โดยการใช้ตัวสถิติแบบ Likelihood Ratio ที่มีการแจกแจงแบบ Chi-squared

3) กำหนดแบบจำลอง VAR สำหรับการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้า ดังนี้

$$\text{EX}_t = \delta + \sum_{i=1}^n a_i \text{EX}_{t-i} + \sum_{i=1}^n b_i \text{WIPI}_{t-i} + \sum_{i=1}^n c_i \text{PIEX}_{t-i} + \sum_{i=1}^n d_i \text{ER}_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$\text{IM}_t = \delta + \sum_{i=1}^n a_i \text{IM}_{t-i} + \sum_{i=1}^n b_i \text{TIPI}_{t-i} + \sum_{i=1}^n c_i \text{PIIM}_{t-i} + \sum_{i=1}^n d_i \text{ER}_{t-i} + \varepsilon_t$$

4) ประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลอง VAR แล้วนำผลที่ได้ไปทำการพยากรณ์แล้วพิจารณาค่าคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ด้วยค่าสถิติทดสอบ

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง

1) ผลการทดสอบ Unit Root Test พบว่า ตัวแปรที่มีคุณสมบัติ Stationary ณ ระดับ Level คือ EX, EX_{t-1}, ER และ IM_{t-1} ส่วนตัวแปร WIPI, PIEX, IM, TIPI และ PIIM คุณสมบัติ Stationary ณ ระดับ First Difference

- 2) ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างสำหรับการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้า

$$\begin{aligned}\text{LnEX} &= 3.0687 + 0.8518\text{LnEX}_{t-1} + 1.1062 \Delta \text{LnWPI} + 0.4581 \Delta \text{LnPIEX} + 0.3208\text{LnER} \\ &\Delta \text{LnIM} = 2.1381 + 0.0962\text{LnIM}_{t-1} + 0.3121 \Delta \text{LnTIPI} - 0.5082 \Delta \text{LnPIIM} - 0.2495\text{LnER}\end{aligned}$$

2. ผลการวิเคราะห์แบบจำลอง ARIMAX

1) ผลการทดสอบ Unit Root Test ของตัวแปรที่ใช้การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกทำให้ทราบว่าแบบจำลอง ARIMAX(p,d,q) มีระดับ (Order) ของ d มีค่าเท่ากับ 0 และผลการประมาณค่าได้แบบจำลอง ARIMAX(4,0,2) ซึ่งได้ค่า SBIC ต่ำสุดคือ -2.84 ส่วนผลการทดสอบ Unit Root Test ของตัวแปรที่ใช้การพยากรณ์มูลค่าการนำเข้าทำให้ทราบว่าแบบจำลอง ARIMAX(p,d,q) มีระดับ (Order) ของ d มีค่าเท่ากับ 1 และผลการประมาณค่าได้แบบจำลอง ARIMAX(1,1,0) ซึ่งได้ค่า SC ต่ำสุดคือ -2.32

- 2) ผลการวิเคราะห์แบบจำลอง ARIMAX สำหรับการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้า

$$\begin{aligned}\text{LnEX} &= 12.712 + 0.769 \Delta \text{LnWPI} + 0.667\text{Ln} \Delta \text{PIEX} + 0.149\text{LnER} + 0.413\text{LnEX}_{t-1} \\ &+ 0.339\text{LnEX}_{t-2} + 0.669\text{LnEX}_{t-3} + 0.219\text{LnEX}_{t-4} + 0.368 \varepsilon_{t-1} + 0.973 \varepsilon_{t-2} \\ \Delta \text{LnIM} &= 0.145 + 0.435 \Delta \text{LnTIPI} - 0.343 \Delta \text{LnPIIM} - 0.138\text{LnER} + 0.423 \Delta \text{LnIM}_{t-1}\end{aligned}$$

3. ผลการวิเคราะห์แบบจำลอง VAR

- 1) ผลการทดสอบ Unit Root Test ของตัวแปรเป็นเหมือนแบบจำลองโครงสร้าง

2) ผลการทดสอบด้วยวิธี Likelihood Ratio Test ของตัวแปรที่ใช้การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกพบว่า ณ ระดับนัยสำคัญ 5% จำนวน Lag ที่เท่ากับ 6 ให้ค่า LR statistics เท่ากับ 29.7949 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤต $\chi^2(16)$ ที่เท่ากับ 26.2962 เป็นครั้งแรก ส่วนผลการทดสอบด้วยวิธี Likelihood Ratio Test ของตัวแปรที่ใช้การพยากรณ์มูลค่าการนำเข้าพบว่า ณ ระดับนัยสำคัญ 5% จำนวน Lag ที่เท่ากับ 3 ให้ค่า LR statistics เท่ากับ 28.0103 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤต $\chi^2(16)$ ที่เท่ากับ 26.2962 เป็นครั้งแรก

- 3) ผลการวิเคราะห์แบบจำลอง VAR สำหรับการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้า

$$\begin{aligned}\text{LnEX} &= 1.24 + 0.67\text{LnEX}_{t-1} + 0.02\text{LnEX}_{t-2} + 0.21\text{LnEX}_{t-3} + 0.17\text{LnEX}_{t-4} + 0.19\text{LnEX}_{t-5} + 0.01\text{LnEX}_{t-6} + 0.88 \Delta \text{LnWPI}_{t-1} \\ &+ 0.57 \Delta \text{LnWPI}_{t-2} + 0.87 \Delta \text{LnWPI}_{t-3} + 0.85 \Delta \text{LnWPI}_{t-4} + 0.45 \Delta \text{LnWPI}_{t-5} + 0.01 \Delta \text{LnWPI}_{t-6} \\ &+ 0.65 \Delta \text{LnPIEX}_{t-1} + 0.76 \Delta \text{LnPIEX}_{t-2} + 0.64 \Delta \text{LnPIEX}_{t-3} + 0.47 \Delta \text{LnPIEX}_{t-4} + 0.489 \Delta \text{LnPIEX}_{t-5} \\ &+ 1.04 \Delta \text{LnPIEX}_{t-6} + 0.41\text{LnER}_{t-1} + 0.51\text{LnER}_{t-2} + 0.25\text{LnER}_{t-3} + 0.40\text{LnER}_{t-4} + 0.04\text{LnER}_{t-5} + 0.17\text{LnER}_{t-6} \\ \Delta \text{LnIM} &= 0.156 + 0.528 \Delta \text{LnIM}_{t-1} + 0.059 \Delta \text{LnIM}_{t-2} + 0.026 \Delta \text{LnIM}_{t-3} + 0.224 \Delta \text{LnTIPI}_{t-1} + 0.423 \Delta \text{LnTIPI}_{t-2} \\ &+ 0.492 \Delta \text{LnTIPI}_{t-3} - 0.282 \Delta \text{LnPIIM}_{t-1} - 0.502 \Delta \text{LnPIIM}_{t-2} - 0.114 \Delta \text{LnPIIM}_{t-3} - 0.537\text{LnER}_{t-1} \\ &- 0.601\text{LnER}_{t-2} - 0.024\text{LnER}_{t-3}\end{aligned}$$

ตารางที่ 1 ค่าสถิติทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการพยากรณ์ของแบบจำลองต่าง ๆ

ตัวพยากรณ์	ค่าสถิติทดสอบ	แบบจำลองโครงสร้าง	แบบจำลอง ARIMAX	แบบจำลอง VAR
มูลค่าการส่งออก	RMSE	23,508.00	24,464.88	31,405.81
	MAE	16,920.33	17,373.48	20,453.29
	MAPE	4.3460	4.433549	5.121822
	U-theil	0.0297	0.030928	0.039913
มูลค่าการนำเข้า	RMSE	25,629.71	25,297.66	32,763.49
	MAE	19,583.12	18,466.92	23,392.69
	MAPE	5.427774	4.864081	6.0800
	U-theil	0.033198	0.032648	0.0422

จากแบบจำลองโครงสร้าง แบบจำลอง ARIMAX และแบบจำลอง VAR ข้างต้น สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์มูลค่าการส่งออก มูลค่าการนำเข้า และอัตราแลกเปลี่ยนได้ แต่ยังไม่ทราบว่าแบบจำลองใดมีความเหมาะสมในการพยากรณ์มูลค่าการส่งออก มูลค่าการนำเข้า และอัตราแลกเปลี่ยนมากกว่ากัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออก มูลค่าการนำเข้า และอัตราแลกเปลี่ยน มาเปรียบเทียบกัน สำหรับเครื่องมือที่นำมาใช้เปรียบเทียบแบบจำลองต่าง ๆ สามารถทำได้โดยทดสอบด้วยค่าสถิติทดสอบต่าง ๆ ได้แก่ RMSE, MAE, MAPE และ U-theil โดยแบบจำลองใดมีค่าสถิติทดสอบที่ต่ำกว่า ก็แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองนั้นมีความแตกต่างระหว่างค่าจริงและค่าพยากรณ์ต่ำกว่าจึงเป็นแบบจำลองที่เหมาะสมกว่า โดยผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติทดสอบต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 1 สรุปได้ว่า แบบจำลองที่ใช้ในการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกที่เหมาะสมที่สุดคือ แบบจำลองโครงสร้าง ซึ่งได้ค่า RMSE, MAE, MAPE และ U-theil เท่ากับ 23,508.00 16,920.33 4.345989 และ 0.029713 ตามลำดับ และแบบจำลองที่ใช้ในการพยากรณ์มูลค่าการนำเข้าที่เหมาะสมที่สุดคือ แบบจำลอง ARIMAX ได้ค่า RMSE, MAE, MAPE และ U-theil เท่ากับ 25,297.66 18,466.92 4.864081 และ 0.032648 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากเทคนิคการพยากรณ์มีมากมายหลายวิธีการจะใช้วิธีใดขึ้นอยู่กับองค์ความรู้และประสบการณ์ของผู้ศึกษา ความพร้อมในเรื่องของข้อมูล ระยะเวลา ตลอดจนความยากง่ายของเรื่องที่ต้องการพยากรณ์ เพราะไม่แน่ว่าการพยากรณ์ด้วยเทคนิคที่ยากและซับซ้อนจะมีความแม่นยำกว่าวิธีที่ง่ายโดยทั่วไป
2. ควรมีการทบทวนรูปแบบของแบบจำลองให้เป็นไปตามสถานการณ์อยู่เสมอ เพื่อความสามารถในการพยากรณ์และการอธิบาย หากเป็นไปได้ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการแสดงผลการพยากรณ์ว่า Trend ของการพยากรณ์มีแนวโน้มสอดคล้องกับสถานการณ์จริงหรือไม่
3. ข้อจำกัดของการพยากรณ์โดยใช้ข้อมูลรายเดือน มักจะมีปัญหาในเรื่องความล่าช้าของข้อมูลอยู่เสมอ หรือมีการจัดเก็บเป็นรายไตรมาส หรือรายปี ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้เป็นตัวแปรในแบบจำลองได้ ถึงแม้ว่าจะเป็นตัวแปรที่ควรนำมาไว้ในแบบจำลองมากแค่ไหนก็ตาม เช่นตัวแปรด้านแรงงาน แต่อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ควรละเลยตัวแปรเหล่านั้น เพราะข้อมูลเหล่านั้นอาจนำมาใช้ได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

- นภาพร แซ่เตียว. 2550. “การดำเนินนโยบายการเงินผ่านช่องทางอัตราแลกเปลี่ยนและผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนตรี พิริยะกุล. 2546. **เทคนิคการพยากรณ์ขั้นสูง**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณพร พรหมมา. 2551. “การส่งผ่านของอัตราแลกเปลี่ยนต่อราคาสินค้านำเข้าของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิไล เจียมจรุงกิจ. 2548. “การค้าระหว่างประเทศไทย-ออสเตรเลีย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Damodar, N. G. 2003. **Basic Econometrics**. (4th ed.). McGraw-Hill.
- Pilbeam, K. 2006. **International Finance**. (3rd ed). New York: Palgrav Macmillan.

**ความสัมพันธ์ของการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจ
ของกลุ่มประเทศอาเซียน**

**RELATIONSHIP BETWEEN JAPAN DIRECT INVESTMENT AND
ECONOMIC VARIABLES OF ASEAN COUNTRIES**

นาย ยรรยง ทวีชาติกันทร

นักศึกษาลัทธิเศรษฐกิจศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการณ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรองคณบดีคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจของกลุ่มอาเซียน โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นนี้ประกอบไปด้วย การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น อัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของกลุ่มประเทศอาเซียน ดัชนีราคาผู้บริโภคของกลุ่มอาเซียน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศในกลุ่มอาเซียน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น และมูลค่าของการส่งออกภาคอุตสาหกรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยประเทศที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ซึ่งข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลาแบบรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ถึง พ.ศ.2554 โดยใช้วิธีทดสอบด้วยวิธีพหุคูณวิธี ผลการศึกษาพบว่าอัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่น อัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของกลุ่มประเทศอาเซียน อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าของการส่งออกภาคอุตสาหกรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน อัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคาผู้บริโภคของกลุ่มอาเซียนและอัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นสามารถกำหนดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ซึ่งอัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่น, อัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของกลุ่มประเทศอาเซียนและอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าของการส่งออกภาคอุตสาหกรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียนมีผลทางบวกต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น แต่อัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคาผู้บริโภคของกลุ่มอาเซียนและอัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นส่งผลทางลบต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น

คำสำคัญ: การลงทุนโดยตรง, อัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่น

ABSTRACT

The objective of this paper aims to study the relationship between Japan's FDI and economic variable of ASEAN countries. The variable of this paper include ASEAN and Japan GDP ratio, exchange rate, consumer price index, real loan interest rate in ASEAN, real loan interest rate in Japan and manufacture export value in Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapore and Philippines for the period 1966 – 2010 using time series data. The result shows that growth rate of ASEAN and Japan GDP ratio, growth rate of exchange rate, growth rate of manufacture export value, growth rate of consumer price index and growth rate of Japan's real loan interest rate are important to determined Japan's FDI. And growth rate of ASEAN and Japan GDP ratio, growth rate of exchange rate and growth rate of manufacture export value are positive effect to Japan's FDI, but growth rate of consumer price index and growth rate of Japan's real loan interest rate are negative effect to Japan's FDI.

KEYWORD: Foreign direct investment, ASEAN and Japan GDP ratio

1. บทนำ

ในปัจจุบันนี้ประเทศหรือภูมิภาคต่างๆ ของโลก ต่างก็มีการรวมกลุ่มเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงทำให้กลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้ตระหนักถึงความจำเป็นของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ จึงได้จัดตั้งสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ อาเซียน (ASEAN : Association of Southeast Asia Nations) จากการที่กลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือกลุ่มอาเซียนได้มีการรวมกลุ่มกัน ส่งผลให้กลุ่มอาเซียนมีขนาดของเศรษฐกิจและประชากรที่ใหญ่ขึ้นซึ่งเหตุที่ทำให้ประเทศในกลุ่มอาเซียนนั้นมีขนาดทางเศรษฐกิจที่ใหญ่ ก็เพราะเนื่องมาจากเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศในอาเซียนนั้นมีการพึ่งพิงเงินทุนจากต่างประเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งกลุ่มอาเซียนมีเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะอาเซียน 5 (ประกอบด้วย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย) ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่เกินกว่าครึ่งของมูลค่ารวม โดยที่เงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct investment: FDI) ซึ่งนับว่ามีความจำเป็นต่อประเทศกำลังพัฒนามากกว่าเงินทุนประเภทอื่นๆ สาเหตุก็เพราะเนื่องมาจากประชาชนมีรายได้ที่ต่ำ การบริโภคจึงมีสัดส่วนที่สูง ทำให้อัตราการออมในประเทศมีไม่เพียงพอกับความต้องการลงทุนภายในประเทศ ซึ่งเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ มักจะมาพร้อมกับเทคโนโลยีและการถ่ายทอดความรู้จากต่างประเทศ จึงส่งผลให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศและยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและการขยายการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว ก่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมและการส่งออกดังนั้นอาเซียนจึงได้เร่งการเปิดเสรีการค้าและบริการ โดยการลดหรือยกเลิกกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุนจากต่างประเทศ รวมทั้งยังเสริมสร้างบรรยากาศทางการลงทุนและปัจจัยพื้นฐานในการลงทุน เพื่อดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาในภูมิภาครวมทั้งการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภาษีศุลกากรเพื่อเอื้ออำนวยต่อการค้าเสรี

ซึ่งเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในกลุ่มอาเซียน ส่วนใหญ่มาจากประเทศญี่ปุ่นและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในทุกๆปี เพราะเนื่องมาจากปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ ค่าแรงราคาถูก ทรัพยากรธรรมชาติที่มี ความอุดมสมบูรณ์ของประเทศสมาชิกในอาเซียน โดยเฉพาะไทยกับอินโดนีเซียที่เป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น นอกจากนี้แรงงานในอาเซียน ยังมีทักษะและมีคุณภาพ โดยเฉพาะฟิลิปปินส์และมาเลเซียซึ่งมีประสิทธิภาพในการใช้ภาษาอังกฤษและค่าแรงที่ไม่สูงมากนัก จึงทำให้นักลงทุนจากญี่ปุ่นให้ความสนใจในการลงทุนในกลุ่มอาเซียนทั้งด้านสินค้าและบริการมากขึ้นในทุกปี ดังนั้นในการศึกษานี้จึงได้ทำการศึกษความสัมพันธ์ของการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจ โดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

2.1 ทฤษฎีการลงทุน (Investment Theory)

ทฤษฎีการลงทุนที่กล่าวในที่นี้ จะกล่าวถึงแนวคิดทั้งหมด 4 กลุ่ม ประกอบด้วย Keynesian approach, Post-Keynesian approach, Neo-Keynesian approach และ Neoclassical Approach (Junankar, 1972) ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดดังต่อไปนี้ ตามแนวคิดของกลุ่ม Keynesian approach เชื่อว่าการตัดสินใจในการลงทุนจะขึ้นอยู่กับอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน ซึ่งเรียกว่าประสิทธิภาพของการลงทุนหน่วยสุดท้ายและต้นทุนของการใช้เงินทุนนั้นๆ หรือที่เรารู้จักกันดีในชื่อของ อัตราดอกเบี้ยนั่นเอง ขณะที่แนวคิดของกลุ่ม Post-Keynesian เชื่อว่าผู้ประกอบการจะตัดสินใจในการลงทุนใดๆ จะขึ้นอยู่กับกำไร “ต้นทุนต่ำที่สุด” มากกว่าจะเป็นลักษณะของการทำ “กำไรสูงสุด” (Junankar, 1972) ต่อมาแนวคิดของ Neo-Keynesian approach กล่าวว่าการลงทุนจะถูกกำหนดโดยต้นทุนที่ใช้ในการปรับตัวของทุนที่มีอยู่จริงไปสู่ทุนที่ต้องการหรือเรียกอีกอย่างว่าดอกเบี้ยของการเปลี่ยนจากทุนที่มีอยู่จริงไปสู่ทุนที่ต้องการ ซึ่งเกี่ยวเนื่องถึงความเร็วในการปรับตัวด้วย ยิ่งผู้ประกอบการมีความต้องการใช้ทุนเร็วเท่าไร ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ก็ยิ่งมากขึ้นซึ่งในความเป็นจริงแล้วผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะปรับการใช้ทุนได้ทันทีหลังจากเกิดการขาดแคลนในสินค้าทุนจึงทำให้เกิดต้นทุนในส่วนนี้ขึ้น (Junankar, 1972) ทฤษฎีของ Neo-Classical approach ได้กล่าวว่าทุนที่ต้องการจะถูกกำหนดจากผลผลิต และราคาของการได้รับบริการจากการใช้ทุนซึ่งสัมพันธ์กับราคาของผลผลิต โดยราคาของการได้รับบริการจากการใช้ทุนขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าทุน อัตราดอกเบี้ย ฯลฯ (Junankar, 1972)

2.2 ทฤษฎีสองช่องว่าง (Two-Gaps Model)

ทฤษฎีสองช่องว่างของ McKinnon (1964) และ Chenery & Strout (1966) กล่าวว่า หนึ่งต่างประเทศเกิดขึ้นจากช่องว่าง 2 ประเภท ได้แก่ ช่องว่างระหว่างรายได้และรายจ่ายเงินต่างประเทศ และช่องว่างระหว่างเงินออมและการลงทุนภายในประเทศ ช่องว่างทางด้านเงินต่างประเทศมักเกิดขึ้นจากความล่าช้าในการพัฒนาการส่งออกหรือความจำเป็นที่จะต้องพึ่งสินค้านำเข้าเป็นจำนวนมากในการผลิต ช่องว่างระหว่างเงินออมกับเงินลงทุนมักเกิดขึ้นจากความไม่เพียงพอของเงินออมหรือเป้าหมายของการลงทุนภายในประเทศสูงเกินไป

2.3 ทฤษฎีการสังเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ทฤษฎีดังกล่าวได้นำเอาทฤษฎีที่อธิบายมูลเหตุหรือปัจจัยที่กำหนดการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศมา

3 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีองค์การอุตสาหกรรม ทฤษฎีการทำให้เป็นภายใน และทฤษฎีแหล่งที่ตั้ง โดยนำมาทำการ

สังเคราะห์กันเข้าอย่างเป็นระบบ ดังนั้น Dunning จึงได้นำเอาแนวคิดมูลเหตุหรือปัจจัยกำหนดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศทั้ง 3 ทฤษฎีข้างต้นมารวมกันแล้วทำการสังเคราะห์ขึ้นเป็นทฤษฎีใหม่ โดยอธิบายว่า มูลเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้นักลงทุนทำการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ ประการแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ หรือปัจจัยเฉพาะบางประการของนักลงทุน มูลเหตุประการที่สอง ได้แก่ ปัจจัยความได้เปรียบในการทำให้เป็นภายใน และประการสุดท้าย ได้แก่ ปัจจัยด้านความได้เปรียบในแหล่งที่ตั้ง

2.4 ทฤษฎีความแตกต่างของอัตราดอกเบี้ยระหว่างประเทศ

ซึ่ง โอลิน และ เนิร์กซ์ ได้อธิบายไว้ว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายทุนระหว่างประเทศชนิดที่หวังผลกำไร ก็เนื่องมาจากความแตกต่างของอัตราดอกเบี้ยระหว่างประเทศ โดยทุนจะเคลื่อนย้ายจากประเทศที่มีระดับอัตราดอกเบี้ยภายในประเทศต่ำกว่าไปยังประเทศที่มีระดับอัตราดอกเบี้ยภายในประเทศสูงกว่า แต่ปัญหาสำคัญที่ต้องพิจารณาต่อไปคือ ความแตกต่างของอัตราดอกเบี้ยเกิดขึ้นได้อย่างไร ซึ่งเนิร์กซ์ ได้อธิบายว่า ถ้าสมมุติให้อัตราดอกเบี้ยถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของเงินทุนแล้ว การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และ/หรืออุปทานของเงินทุนจะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอัตราดอกเบี้ย ซึ่งจะมีผลต่อไปทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายทุนระหว่างประเทศ

2.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนจากต่างประเทศ

แนวความคิดคลาสสิก (Classical theory) ได้กล่าวไว้ว่า การเคลื่อนย้ายเงินทุนไปลงทุนระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นเมื่อผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนในต่างประเทศมากกว่าอัตราดอกเบี้ยตลาดในประเทศ (รัตนสาขคณิต, 2530) โดยทุนจะเคลื่อนย้ายจากประเทศที่มีระดับอัตราดอกเบี้ยภายในประเทศต่ำไปยังประเทศที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงและนอกจากนั้นจะขึ้นอยู่กับความแตกต่างของอัตราดอกเบี้ยแล้วยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นอีกด้วย

แนวคิดของนีโอคลาสสิก (Neoclassical theory) ได้กล่าวว่าการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศถูกกำหนด โดยผลตอบแทนจากการลงทุน สถานการณ์ตลาดและการเมือง ภาษีศุลกากรมูลค่าสินค้าออก อัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความสามารถในการใช้ศักยภาพในการผลิตสินค้า ความแตกต่างของอัตราเงินเฟ้อ อุปทานเงินทุนที่ต่างประเทศนำมาลงทุนที่ทำให้เกิดรายได้ (ประพันธ์ เสวตนันท์, 2537)

2.6 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ของกลุ่มนีโอคลาสสิก (Neoclassical growth theory)

เป็นทฤษฎีที่เน้นให้เห็นว่าการที่ประเทศหนึ่งจะมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากขึ้นหรือลดลงนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยนำเข้า ที่สังคมนั้นได้ใส่ลงไปในการบวนการผลิตดังนั้นกระบวนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตามแนวคิดนีโอคลาสสิก จากแนวคิดดังกล่าวจึงทำให้สำนักนีโอคลาสสิกได้ข้อสรุปที่ว่า ประเทศกำลังพัฒนานั้นจะสามารถบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาได้ก็ด้วยการให้ความสำคัญกับการระดมเงินออม เพื่อนำเงินออมมาลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจต่างๆ สร้างเครื่องมือ หรือเครื่องจักรเพิ่ม สร้างถนน ระบบคมนาคม ทำอาภาศยาน ระบบชลประทานต่างๆ ให้มากขึ้น ถ้ามีการสะสมดังกล่าวมากยิ่งขึ้น เศรษฐกิจก็ยิ่งเจริญเติบโต ส่งผลทำให้รายได้ประชาชาติขยายตัว ความต้องการแรงงานเพิ่มสูงขึ้น และเกิดการพัฒนาด้าน (ชัยพันธุ์, 2531)

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนวรรณ เจริญเพชร (2541) ได้ศึกษาการลงทุนโดยตรงจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย

พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2547) ศึกษาองค์ความรู้ทางด้านการลงทุนจากต่างประเทศ จากการสำรวจข้อมูลและงานศึกษาทางทฤษฎีต่างๆ

อัญญาภรณ์ กันธามณี (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่กำหนดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศโดยใช้เทคนิคโคอินทิเกรชันและแบบจำลองเอเรอร์คอร์เรชัน

นันทน์ภัส เลิศจรรยาภักย์ (2548) ศึกษาถึงลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างปัจจัยภายในประเทศต่อการเคลื่อนย้ายทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

อรรถพล มาพวง (2551) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศกับตัวแปรทางเศรษฐกิจ

ศนิธิ รัตนสุรงค์ (2551) ศึกษาผลกระทบจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่มีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียน

Puree Sirasoonporn (1966) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นในประเทศไทย

Chowdhury and Mavrotas (2006) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของ 3 ประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยประเทศไทย มาเลเซีย และซิติ

4. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงความความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียน

5. วิธีการดำเนินวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา โดยข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วยเงินลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น มูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรม อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ดัชนีผู้บริโภค อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของกลุ่มอาเซียน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของญี่ปุ่น อัตราส่วนรายได้ของกลุ่มอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่น โดยจะใช้ข้อมูลทศวรรษเป็นรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2509 ถึง พ.ศ.2554 ของจำนวน 5 ประเทศ ประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เนื่องจากอีก 5 ประเทศประกอบด้วย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และบรูไน มีปัญหาทางด้านข้อมูลจึงไม่สามารถนำมาทำการศึกษาได้ ซึ่งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียน ได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพาแนล ได้แก่ การทดสอบแบบพาแนลยูนิทรูทของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา การประมาณค่าแบบจำลอง และการทดสอบสมการ ซึ่งจะใช้โปรแกรม Eview ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

$$FDI_{it} = f\{MAEX_{it}, EXR_{it}, CPI_{it}, LDR_{it}, JLDR_{it}, AJGDP_{it}\}$$

โดย	FDI_{it}	คือ	เงินลงทุนโดยตรงจากประเทศญี่ปุ่น
	$MAEX_{it}$	คือ	มูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน
	EXR_{it}	คือ	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ซึ่งเป็นอัตราแลกเปลี่ยนของแต่ละประเทศต่อดอลลาร์
	CPI_{it}	คือ	ดัชนีผู้บริโภค
	LDR_{it}	คือ	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของกลุ่มประเทศอาเซียน
	$JLDR_{it}$	คือ	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น
	$AJGDP_{it}$	คือ	อัตราส่วนรายได้ของกลุ่มอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่น

โดยสมการข้างต้น สามารถกำหนดให้อยู่ในรูป log-linear form (หรือ logarithmic) และดัดแปลงสมการดังกล่าวเพื่อนำไปใช้ในงานวิจัยนี้

$$\ln FDI_{it} = \alpha + \beta \ln GDP_{it} + \gamma \ln EXR_{it} + \delta \ln EX_{it} + \rho \ln IN_{it} + \sigma \ln LDR_{it} + \mu_{it}$$

โดย	$\ln FDI_{it}$	=	logarithm ของการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นของประเทศ
	$\ln GDP_{it}$	=	logarithm ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศเบื้องต้น
	$\ln EXR_{it}$	=	logarithm ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ซึ่งเป็นอัตราแลกเปลี่ยนของแต่ละประเทศต่อดอลลาร์
	$\ln EX_{it}$	=	logarithm ของมูลค่าการส่งออกของแต่ละประเทศ
	$\ln IN_{it}$	=	logarithm ของอัตราเงินเฟ้อ
	$\ln LDR_{it}$	=	logarithm ของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้,
	μ_{it}	=	ค่าความคลาดเคลื่อนของประเทศ

และสมมติให้ $\alpha, \beta, \gamma, \delta, \rho, \sigma$ แสดงถึงร้อยละของการเปลี่ยนแปลง เมื่อตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไปจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศร้อยละเท่าใด

สาเหตุที่นำแบบจำลองการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นมากำหนดให้อยู่ในรูปแบบ log-linear (หรือ logarithmic) เนื่องจากการกำหนดในรูป log-linear นั้น จะทำให้ง่ายต่อการอธิบาย เพราะผลที่ได้จากการทดลองจะสามารถอ่านค่าเป็นร้อยละ

6. สรุปผลการวิจัย

1. ผลการทดสอบยูนิทรูท

ผลการทดสอบพบว่า ข้อมูลของการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นมีลักษณะหนึ่งที่ระดับเลเวล แต่ตัวแปรอื่นๆมีลักษณะไม่หนึ่งที่ระดับเลเวล จึงกำหนดให้อยู่ในรูป log-linear form (หรือ logarithmic) ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ข้อมูลทุกตัวมีลักษณะหนึ่งที่ระดับเลเวล

2. การประมาณค่าแบบจำลอง

กำหนดให้การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นเป็นตัวแปรตาม และอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรม อัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคาผู้บริโภค อัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของกลุ่มประเทศอาเซียน อัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่นเป็นตัวแปรต้น ซึ่งผลการทดสอบพบว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายตัวแปรตามได้แก่การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นได้ที่ร้อยละ 15.83 ที่เหลืออีกร้อยละ 84.17 เป็นปัจจัยอื่นๆ โดยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$FDI = 484.3360 + 5.415364 MAEXGR + 9.082201 EXRGR - 12.29225 CPIGR - 8.617087 JLDGR + 19.69584 AJGDPGR$$

จากสมการข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่าอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ถ้าอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นไป 1 หน่วยจะส่งผลให้ การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นไป 5.415364 หน่วย อัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ถ้าอัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นไป 1 หน่วยจะส่งผลให้ การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นไป 9.082201 หน่วย และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ถ้าอัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นไป 1 หน่วยจะส่งผลให้ การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นไป 19.69584 หน่วย แต่อัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคาผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ถ้าอัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคาผู้บริโภคเพิ่มขึ้นไป 1 หน่วยจะส่งผลให้ การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นลดลงไป 12.29225 หน่วย และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ถ้าอัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นไป 1 หน่วยจะส่งผลให้ การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นลดลงไป 8.617087 หน่วย

3. การทดสอบสมการพหุนาม

แสดงผลการทดสอบของการประมาณค่าแบบจำลองของความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียน โดยกำหนดให้ การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นเป็นตัวแปรตาม และอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรม อัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคาผู้บริโภค อัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของกลุ่มประเทศอาเซียน อัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่นเป็นตัวแปรต้น ซึ่งผลการทดสอบพบว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายตัวแปรตามได้แก่การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นได้ที่ร้อยละ 20.799 ที่เหลืออีกร้อยละ 79.201 เป็นปัจจัยอื่นๆซึ่งอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรม อัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยน และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น แต่อัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคา

ผู้บริโภคน และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น

7. อภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์ของการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจของกลุ่มอาเซียน พบว่า อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น เพราะเนื่องมาจากการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะมาลงทุนในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งการลงทุนจากต่างประเทศจะนำมาซึ่งเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงส่งผลให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและทำให้ผลิตสินค้าได้มากขึ้น จึงทำให้การส่งออกของภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น

อัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น เพราะเนื่องจากนักลงทุนจากญี่ปุ่นที่จะมาลงทุนจะต้องแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นเงินตราของประเทศที่จะไปลงทุน ดังนั้นการตัดสินใจเลือกการลงทุนของนักลงทุนจะเลือกประเทศที่ค่าเงินอ่อนกว่าประเทศอื่น เพราะถ้าหากเลือกประเทศที่ค่าเงินแข็งจะทำให้ให้นักลงทุนจะต้องใช้เงินลงทุนในปริมาณที่มากกว่าประเทศที่ค่าเงินอ่อนค่า ดังนั้นนักลงทุนจะเลือกประเทศที่มีค่าเงินที่อ่อนค่าในการลงทุน

อัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น เพราะถ้าหากประเทศผู้รับทุนมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น

แต่อัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคาผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น เพราะเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจมีปริมาณที่มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อหรือดัชนีราคาผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น และจะทำให้ราคาสินค้าและปัจจัยการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมีปริมาณที่ลดลง

และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น เพราะถ้าหากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ภายในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การกู้ยืมเงินไปลงทุนมีปริมาณที่ลดลง โดยเฉพาะการลงทุนโดยตรงเพราะต้องใช้เงินจำนวนมากในการลงทุน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจของกลุ่มอาเซียน พบว่าอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรม อัตราการเจริญเติบโตของอัตราแลกเปลี่ยน และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราส่วนระหว่างรายได้ของอาเซียนต่อรายได้ของญี่ปุ่นส่งผลในทางบวกต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น แต่อัตราการเจริญเติบโตของดัชนีราคาผู้บริโภค และอัตราการเจริญเติบโตของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นส่งผลในทางลบต่อการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่น ดังนั้นรัฐบาลและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของประเทศต่างๆ ในกลุ่มอาเซียน ควรที่จะวางนโยบายเพื่อส่งเสริมการลงทุน

และสร้างบรรยากาศเพื่อการลงทุน โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภคเช่น ไฟฟ้า ถนน รถไฟฟ้า เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักลงทุนจากญี่ปุ่นให้มาลงทุนในกลุ่มอาเซียนมากยิ่งขึ้น เพราะการลงทุนจากต่างประเทศจะนำมาซึ่งเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งจะทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และควรที่จะส่งเสริมการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมโดยการหาตลาดหรือประเทศคู่ค้าให้มากขึ้น นอกจากนั้นควรที่จะใช้นโยบายการเงินในการควบคุมอัตราแลกเปลี่ยนให้อ่อนค่า และควรจะมีกรอบนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะต้องควบคุมอัตราเงินเฟ้อหรือดัชนีราคาผู้บริโภคอยู่ในระดับที่ต่ำเพื่อที่จะส่งผลให้นักลงทุนจากญี่ปุ่นมาลงทุนในกลุ่มอาเซียน

8.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนโดยตรงจากญี่ปุ่นกับตัวแปรทางเศรษฐกิจของกลุ่มอาเซียนพบว่าข้อมูลด้านข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากข้อมูลตัวเลขในบางประเทศมีไม่เพียงพอหรือมีการจัดเก็บรวบรวมที่ค่อนข้างน้อย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรที่พัฒนาแบบจำลองด้วยการเพิ่มตัวแปรต่างๆ เพื่อให้การศึกษามีความเหมาะสมมากขึ้น

9. รายการอ้างอิง

กระทรวงการต่างประเทศ. 2550. “ข้อมูลทั่วไปของอาเซียนเรื่อง ข้อมูลพื้นฐาน.” แหล่งที่มา:

<http://www.mfa.go.th/internet/document/1709.pdf>

ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์. 2531. **ทฤษฎีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โครงการตำรา
วิทยาศาสตร์อุตสาหกรรม

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2551. “ประวัติความเป็นมาของ ASEAN.” แหล่งที่มา:

http://www.bot.or.th/Thai/AboutBOT/index/Pages/ASEAN_page.aspx

ประพันธ์ เสวตนันท์. 2537. **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหภาค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รัตนา สายคณิต. 2546. **มหเศรษฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Breitung, J. 2000. “The local power of some unit root tests for panel data.” แหล่งที่มา:

<http://www.mathematics.Uni-bonn.de/publications/breitung.pdf>

Chenery, H.B. 1952. “Overcapacity and the Acceleration Principle.” *Econometrical*.

Chenery, H.B. and A. strout. 1966. “Foreign Assistance and Economic Development.” **American Economic Review** 56, 679-733

Choi, I. 2001. “Unit root test for panel data.” **Journal of International Money and Finance** 20: 249-272

Dunning, J.H. 1981. **International Production and the Multinational**. London: George Allen and Unwin,

Fisher, R. A. 1932. **Statistical Methods for Research Workers**. 4th ed. Edinburgh: Oliver & Boyd.

Goodwin, R.M. 1951. “The nonlinear acceleration and the persistence of business Cycles.” *Econometrica*

Gujarati, Damodar N. 2003. **Basic econometrics**. 4th ed. Singapore: McGraw – Hill.

Hadri, Kaddour. 2000. “Testing for stationary in heterogeneous panel data.” **Econometric Journal** 3: 148 -161.

- Im, K.S., Pesaran, M. H and Shin, Y. 2003. "Testing for unit roots in heterogeneous panels." **Journal of Econometrics** 115: 53-74.
- Junankar, P. 1972. **Investment: Theories and Evidence**. Macmillan Co.
- Koyck, L.M. 1954. **Distributed Lags and investment Analysis**. Amsterdam: North – Holland Publishing Company.
- Levin, A, C. Lin and C. Chu (2002), "Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite Sample Properties." *Journal of Econometrics*, No.108, p.1-24.
- Maddala, G. S. and S. Wu. 1999. "A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and A New Simple Test." **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, 61, 631-52.
- Mckinnon, R.E. 1964. "Foreign Exchange Constraints in Economic Development and Efficient Aid Allocation." **Economic Journal** 74.388-409.
- Verbeek, Marno. 2004. **A guide to modern economics**. 2nd ed. West Sussex: John Wiley & Son Ltd.

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจกับภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย
THE RELATIONSHIP BETWEEN ECONOMIC FACTORS AND
INFLATION IN THAILAND

จินตนา เมืองเส้น

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail : jintana.m@krungsri.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้แก่ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อัตราแลกเปลี่ยน ราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปี รายจ่ายภาครัฐบาล และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้กับการเกิดภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลารายปีระหว่างปี พ.ศ. 2538-2554 ทำการวิเคราะห์จากแบบจำลองเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อนและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Econometric Views ทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบกำลังสองน้อยที่สุด ผลการศึกษาพบว่า อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อัตราแลกเปลี่ยน ราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปี รายจ่ายภาครัฐบาลและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ สามารถอธิบายถึงการเกิดภาวะเงินเฟ้อได้ถึงร้อยละ 99.39 โดยอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาวะเงินเฟ้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 นอกจากนี้ อัตราแลกเปลี่ยนและราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปี มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาวะเงินเฟ้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 รายจ่ายของภาครัฐบาล มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาวะเงินเฟ้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับภาวะเงินเฟ้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทั้งหมดที่นำมาศึกษาในครั้งนี้มีความสัมพันธ์กับการเกิดภาวะเงินเฟ้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าจ้างขั้นต่ำมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของภาวะเงินเฟ้อมากที่สุด ดังนั้น การพิจารณากำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำในแต่ละครั้งควรเป็นไปอย่างรอบคอบและคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อภาวะเงินเฟ้อด้วย

คำสำคัญ : ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภาวะเงินเฟ้อ

ABSTRACT

The study aimed to investigate the relationship between economics factors consisted of the minimum wage rate, the exchange rate, the annual average import price for fuel oil, government sector expenditures and

the loan rate that affect the inflation in Thailand. In carrying out this investigation, the researcher collected relevant annual time series secondary data from the period between 1995 and 2011. Subsequently, the researcher analyzed the data collected by means of the application of an econometric model in the form of the multiple regression equation utilizing the Econometric Views (EViews) computer software program. In estimating the value of the coefficient, the researcher utilized the ordinary least squares (OLS) method. The study results indicate that the minimum wage rate, the exchange rate, the annual average import price for fuel oil, government sector expenditures, and the loan rate were found to be explanatory of the inflation at 99.39 percent. As such, the minimum wage rate was determined to be directly correlated with the inflation at the statistically significant reliability level of 99 percent. In addition, the exchange rate and the annual average import price for fuel oil were found to be directly correlated with the inflation at the statistically significant reliability level of 95 percent. It was additionally established that government sector expenditures were directly correlated with the inflation at the statistically significant reliability level of 90 percent. However, finally, the loan rate was found to be inversely correlated with the inflation at the statistically significant reliability level of 90 percent.

From the results above, it can be concluded that all economics factors in this study were correlated with the inflation at the statistically significant level and the change in the minimum wage rate mostly led to the change in inflation. Therefore, the determination of the minimum wage should be carefully and take into account the impact on inflation as well.

KEYWORDS : Economic factors, Inflation

1. บทนำ

ในการบริหารเศรษฐกิจมหภาคของประเทศมีเป้าหมายสำคัญ 2 ประการที่รัฐบาลมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไป คือ เป้าหมายการสร้างเศรษฐกิจเติบโต (economic growth) และเป้าหมายการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (economic stability) เนื่องจากการดำเนินนโยบายการเงินและการคลังแบบขยายตัวเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องนั้น จะทำให้ระดับราคาสินค้าและบริการสูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่องหรือเกิดปัญหาเงินเฟ้อ ซึ่งจะมีผลต่อการผลิตและการบริโภคของภาคเอกชนและเสถียรภาพของเศรษฐกิจโดยรวม ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า เงินเฟ้อเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการขยายตัวของเศรษฐกิจเสมอ และภาวะเงินเฟ้อจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจหรือส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับระดับความรุนแรงของภาวะเงินเฟ้อ กล่าวคือ ถ้าเกิดเงินเฟ้ออย่างอ่อนในอัตราไม่เกินร้อยละ 5 ถือว่าเป็นภาวะปกติและไม่มีผลเสียหายต่อภาวะเศรษฐกิจ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจทั้งด้านการลงทุน การผลิต การจ้างงาน และรายได้ประชาชาติ เงินเฟ้อปานกลางในอัตราระหว่างร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 20 เป็นระดับที่เริ่มก่อให้เกิดผลเสียต่อเศรษฐกิจรัฐบาลต้องแก้ไขโดยใช้มาตรการทางการเงินและการคลัง สำหรับเงินเฟ้อขั้นรุนแรงคือ การที่ระดับราคาสินค้าสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นไปอย่างกว้างขวาง โดยระดับราคาจะเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าร้อยละ 20 ต่อปี

ซึ่งทำให้อำนาจการซื้อของเงินลดลงอย่างรวดเร็วมาก เช่น ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ในเยอรมัน จีนและประเทศไทย สาเหตุของการเกิดปัญหาเงินเฟ้อมีสาเหตุหลัก 2 ประการด้วยกัน คือ เกิดจากสาเหตุทางด้านอุปสงค์ (demand-pull inflation) และเกิดจากสาเหตุทางด้านต้นทุน (cost-push inflation) โดยปัจจัยที่เป็นสาเหตุด้านอุปสงค์ได้แก่ ปริมาณเงิน การใช้จ่ายของภาครัฐบาลหรือการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภค เป็นต้น ส่วนเงินเฟ้อที่เกิดจากทางด้านต้นทุนจะเกิดจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิตทำให้ผู้ผลิตต้องมีการปรับราคาสินค้า โดยปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตได้แก่ ราคาน้ำมัน และราคาวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ เป็นต้น เครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวัดระดับค่าครองชีพหรือภาวะเงินเฟ้อมีอยู่ 3 ประเภท คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค (consumer price index) ดัชนีราคาผู้ผลิต (producer price index) และดัชนีราคาที่ใช้ปรับผลิตภัณฑ์ภายในประเทศเบื้องต้น (GDP deflator) ในการวิเคราะห์ส่วนใหญ่จะนำดัชนีราคาผู้บริโภคมาใช้ เนื่องจากดัชนีราคาผู้บริโภคจะวัดการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าและบริการที่ซื้อขายกันในตลาดสินค้าเพื่อการบริโภคหรือระดับค่าครองชีพได้ชัดเจนกว่า

การเกิดภาวะเงินเฟ้อได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการครองชีพของประชาชนในประเทศด้านต่าง ๆ ดังนี้ (นารฎีกา ขนเปี่ยม, 2538)

1. ทำให้รายได้ที่แท้จริงหรืออำนาจซื้อเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะกลุ่มอาชีพที่มีรายได้ประจำคงที่ เช่น ข้าราชการ พนักงานของรัฐวิสาหกิจข้าราชการบำนาญ พนักงานที่มีเงินเดือนประจำจะมีอำนาจซื้อลดลง
2. ทำให้การออมของภาคประชาชนลดลงเนื่องจากเงินออมให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่า
3. ส่งผลกระทบต่อดุลการค้าและดุลการชำระเงิน เนื่องจากการเกิดภาวะเงินเฟ้อจะทำให้ระดับราคาของสินค้าและบริการในประเทศจะสูงขึ้นเมื่อเทียบกับราคาสินค้าต่างประเทศ ประชาชนจะมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเนื่องจากราคาต่ำกว่า ในขณะที่เดียวกันการส่งสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศก็จะลดลงเนื่องจากสินค้าออกที่มีราคาสูงทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้
4. ส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของรัฐบาล โดยภาวะเงินเฟ้อมีผลกระทบต่อรายได้ของรัฐบาลในกรณีที่การเก็บภาษีอากรบางประเภทจากประชาชนจะเก็บตามหน่วยของสินค้าหรือคิดต่อน้ำหนักของสินค้า รายได้จากภาษีอากรในลักษณะนี้จะไม่เพิ่มขึ้นตามภาวะเงินเฟ้อ ในขณะที่รายจ่ายของรัฐบาลนั้นย่อมสูงขึ้นตามภาวะเงินเฟ้อ ส่งผลทำให้เกิดการขาดดุลงบประมาณขึ้น

จากความสำคัญของเงินเฟ้อที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้มีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเกิดภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อัตราแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปี รายจ่ายภาครัฐบาลและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้แก่ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อัตราแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปี รายจ่ายภาครัฐบาล และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ กับการเกิดภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย

3. กรอบแนวคิดและทฤษฎีการเกิดภาวะเงินเฟ้อ

Keynes (อ้างถึงในรัตน สาคณิต, 2543) ได้อธิบายว่า ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์โดยทั่วไปได้กล่าวถึงสาเหตุการเกิดเงินเฟ้อว่ามีสาเหตุหลัก 2 ประการ คือ ประการแรกเกิดจากสาเหตุด้านอุปสงค์รวม (aggregate demand) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เงินเฟ้อที่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ (demand – pull inflation) และเงินเฟ้อที่เกิดจากโครงสร้างอุปสงค์เปลี่ยนแปลง (structural-inflation) ส่วนประการที่สองเกิดจากสาเหตุทางด้านอุปทานรวม (aggregate supply) หรือเงินเฟ้อที่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุน (cost – push inflation) โดยทฤษฎีที่สามารถนำมาอธิบายเงินเฟ้อที่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ (demand – pull inflation) มีดังนี้

1. ทฤษฎีปริมาณเงินของสำนักคลาสสิก (The Quantity Theory of Money) อธิบายว่า ระดับราคาสินค้าขึ้นอยู่กับปริมาณเงินที่หมุนเวียน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ถ้าอัตราการหมุนเวียนของเงินคงที่ การเพิ่มปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ จะมีผลทำให้การใช้จ่ายทั้งหมดเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนเดียวกัน นั่นหมายถึงการเพิ่มขึ้นของระดับราคาในอัตราส่วนเดียวกัน ถ้าสมมติให้ระบบเศรษฐกิจอยู่ที่ระดับการจ้างงานเต็มที่ (Fisher อ้างถึงในประพันธ์ เสวตนันท์, 2537)

2. ทฤษฎีปริมาณเงินสมัยใหม่ (Modern Quantity Theory) โดย Milton Friedman (อ้างถึงใน ประพันธ์ เสวตนันท์, 2537) เสนอแนวความคิดว่าระบบเศรษฐกิจไม่จำเป็นต้องอยู่ ณ ระดับของการจ้างงานเต็มที่เสมอไป และการหมุนเวียนของเงินไม่จำเป็นต้องมีเสถียรภาพ เพราะฉะนั้นเมื่อเพิ่มอุปทานของเงินมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการอาจไม่มีการเปลี่ยนแปลง ระดับราคาจึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มสูงขึ้นเป็นอัตราส่วนเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของปริมาณเงิน แนวความคิดนี้ยังถือว่าภาวะเงินเฟ้อที่เกิดขึ้นยังเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของอุปทานของเงินอย่างต่อเนื่อง เพียงแต่ผลของการเพิ่มอุปทานของเงินที่มีต่อระดับราคาไม่มากเหมือนกับทฤษฎีปริมาณเงินดั้งเดิม

3. ทฤษฎีของสำนักเคนส์ (Keynesian Theory) นักเศรษฐศาสตร์สำนักเคนส์ไม่เห็นด้วยกับแนวคิดที่ว่าปริมาณเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อแบบมีอุปสงค์ส่วนเกิน (demand – pull Inflation) แม้จะมีส่วนอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก (money does not matter) (Keynes อ้างถึงในเสรี ติลาชัย, 2542) นักเศรษฐศาสตร์ สำนักเคนส์จะให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการ คือ (1) การใช้จ่ายและ (2) กลไกการทำงานของตัวคูณ (multiplier) ถ้าการใช้จ่ายรวมของประเทศสูงขึ้นเท่ากับมูลค่าของการใช้จ่ายอิสระคูณด้วยตัวคูณจะทำให้มูลค่าของผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นด้วย ถ้าปริมาณผลผลิตคงที่ ณ จุดที่มีการจ้างงานเต็มที่ การที่มูลค่าของผลผลิตเพิ่มขึ้นจึงเป็นผลมาจากระดับราคา หรือดัชนีราคาสูงขึ้นนั้นแสดงว่าเกิดภาวะเงินเฟ้อ

สำหรับภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากโครงสร้างอุปสงค์เปลี่ยนแปลง (structural-inflation) มีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคจากสินค้าชนิดหนึ่งไปสู่อีกชนิดหนึ่ง ทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าและบริการบางประเภทเพิ่มขึ้นในขณะที่โครงสร้างการผลิตไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการได้ หรือโครงสร้างที่ไม่สามารถโยกย้ายปัจจัยการผลิตได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศกำลังพัฒนาที่พยายามทำให้ประเทศของตนมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูงอย่างรวดเร็วภายใต้ข้อจำกัดของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง หรือเป็นแบบคอขวดโดยข้อจำกัดนี้ไม่เพียงเป็นตัวจุดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเดียวแต่ยังเป็นตัวผลักดันให้เกิดภาวะเงินเฟ้ออีกด้วย

ภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากทางด้านต้นทุนการผลิต (cost – push inflation) ได้แก่

1. เงินเฟ้อจากการนำเข้า (imported inflation) เงินเฟ้อในลักษณะนี้เป็นผลจากการพึ่งพาสินค้านำเข้าจากต่างประเทศในรูปของสินค้าสำเร็จรูป สินค้าทุน หรือวัตถุดิบ เป็นจำนวนมากซึ่งจะมีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าภายในประเทศทำให้ระดับราคาสินค้าเพิ่มขึ้น (หรือลดลง) ซึ่งระดับความรุนแรงของภาวะเงินเฟ้อประเภทนี้ขึ้นอยู่กับระดับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

2. เงินเฟ้อจากการบวกเพิ่มกำไรไว้ในสินค้า (mark-up inflation) มักเกิดในการตลาดแบบผูกขาด โดยเมื่อราคาของปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้นทำให้ผู้ผลิตต้องปรับราคาสินค้าตามไปด้วยหรืออาจมีการตั้งอัตรากำไรที่เกินปกติจนราคาสินค้าสูงเกินความเป็นจริง และในกรณีที่ผู้ประกอบการคาดหมายว่าจะขาดแคลนสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งในอนาคต ก็จะฉวยโอกาสกักตุนสินค้าเพื่อหวังเก็งกำไรซึ่งเมื่อมีการผูกขาดเกิดขึ้นไม่ว่าจะรูปแบบใดก็ตามการร่วมมือกำหนดราคาสินค้าในท้องตลาดของผู้ผูกขาดจะเกิดขึ้นและราคาที่ถูกกำหนดนั้นก็สูงมากจนผิดปกติจนอาจทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อได้

3. เงินเฟ้อจากค่าจ้าง (wage push inflation) เป็นเงินเฟ้อที่เกิดจากต้นทุนด้านค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้นเป็นเหตุให้ผู้ผลิตต้องปรับราคาสินค้าสูงขึ้น เนื่องจากลูกจ้าง หรือสหภาพแรงงานเรียกร้องให้เพิ่มค่าจ้างที่เป็น ตัวเงินสูงขึ้น ทำให้ค่าจ้างที่แท้จริงไม่ได้ถูกกำหนดจากอุปสงค์ (demand) และอุปทาน (supply) ของตลาด จึงเป็นเหตุให้ระดับราคาสูงขึ้น

4. วิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) แบบอนุกรมเวลา (time series data) รายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2554 รวม 17 ปี โดยข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภค รวบรวมจากข้อมูลสถิติของสำนักดัชนีเศรษฐกิจและการค้า กระทรวงพาณิชย์ ข้อมูลอัตราค่าจ้างขั้นต่ำรวบรวมมาจากการประกาศของสำนักงานนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ กระทรวงแรงงาน ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยน รายจ่ายของภาครัฐบาล อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ รวบรวมข้อมูลจากข้อมูลสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย และข้อมูลราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปี รวบรวมมาจากรายงานประจำปีของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์การเคลื่อนไหวของภาวะเงินเฟ้อและอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis)) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมมาประมวลผลโดยอาศัยเครื่องมือทางสถิติเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรจากแบบจำลองเงินเฟ้อที่สร้างโดยวิธีการทางเศรษฐมิติและเศรษฐศาสตร์มหภาคและหาค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squared Method- OLS) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eviews

5. ผลการศึกษา

ผลจากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาศึกษาได้แก่ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อัตราแลกเปลี่ยน ราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปี รายจ่ายของภาครัฐบาล และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีความเหมาะสมสามารถอธิบายถึงดัชนีราคาผู้บริโภคซึ่งเป็นตัววัดการเกิดภาวะเงินเฟ้อได้ถึงร้อยละ 99.39 ($R^2 = 0.9939$) ผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ ในตัว (autocorrelation) ปรากฏว่า ค่า Durbin-Watson (D.W.) มีค่าเท่ากับ 2.1697 ซึ่งอยู่ในช่วงที่

ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ในตัว สำหรับเครื่องหมายสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อัตราแลกเปลี่ยน
ราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปีและรายจ่ายของภาครัฐบาลมีค่าเป็นบวก และเครื่องหมายสัมประสิทธิ์ของ
อัตราดอกเบี้ยมีค่าเป็นลบ โดยแสดงรายละเอียดของผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังผลการต่อไปนี้

$$\text{CPI} = 6.8501 + 0.4724\text{Wage} + 0.2118\text{Exr} + 0.0834\text{Oil} + 0.0066\text{G} - 0.4172\text{MLR}$$

$$(0.7717) \quad (5.5097)^{***} \quad (2.2245)^{**} \quad (2.6343)^{**} \quad (1.8194)^* \quad (-2.1193)^*$$

$$R^2 = 0.9939$$

$$\text{Durbin-Watson} = 2.1697$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 0.9912$$

$$\text{F-statistic} = 360.1284$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t Statistics

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

*** มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (Wage) มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยถ้าสิ่งอื่นๆ คงที่ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่ออัตราค่าจ้างขั้นต่ำเปลี่ยนแปลงไป 1 บาทต่อวัน จะทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน 0.4724 จุด

อัตราแลกเปลี่ยน (Exr) มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยถ้าสิ่งอื่นๆ คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง เมื่ออัตราแลกเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงไป 1 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ จะทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน 0.2118 จุด

ราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปี (Oil) มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยถ้าสิ่งอื่นๆ คงที่ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปีเปลี่ยนแปลงไป 1 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล จะทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน 0.0834 จุด

รายจ่ายของภาครัฐบาล (G) มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยถ้าสิ่งอื่นๆ คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อรายจ่ายของภาครัฐบาลเปลี่ยนแปลงไป 1 พันล้านบาท จะทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน 0.0066 จุด

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (MLR) มีความสัมพันธ์ เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยถ้าสิ่งอื่นๆ คงที่ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ต่อปี จะทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้าม 0.4172 จุด

6. สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทั้งหมดที่นำมาศึกษาในครั้งนี้มีความสัมพันธ์กับการเกิดภาวะเงินเฟ้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อัตราแลกเปลี่ยน ราคานำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยรายปีและรายจ่ายของรัฐบาลมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับภาวะเงินเฟ้อ ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับภาวะเงินเฟ้อ สำหรับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเกิดภาวะเงินเฟ้อ

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ดังนั้น การพิจารณากำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำในแต่ละครั้งควรเป็นไปอย่างรอบคอบและคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อภาวะเงินเฟ้อด้วย

7. รายการอ้างอิง

นารุญา ขนเปี่ยม. 2538. **การเงินและการธนาคาร**. กรุงเทพมหานคร: พี เอ็น การพิมพ์.

ประพันธ์ เสวตนันท์. 2537. **เศรษฐศาสตร์มหภาค**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตนา สายคณิต. 2543. **หลักเศรษฐศาสตร์ 2 มหเศรษฐศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี สีลาชัย. 2542. **ทฤษฎีเงินเฟ้อ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปัจจัยกำหนดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทย

FACTORS DETERMINING THE EXPORT VALUE
OF THAI INDUSTRIAL PRODUCTS

นางสาววาสิณี นาคจันทร์

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail : wa-wa_1016@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ประเภทอนุกรมเวลารายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2553 ในการวิเคราะห์จากแบบจำลองเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อน มีผลการศึกษาดังนี้ ตัวแปรอิสระทุกตัวในแบบจำลองสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ดัชนีราคาสินค้าอุตสาหกรรม ดัชนีผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายใหญ่ชั้นดี มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับราคาน้ำมันดิบเชลมิมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม แต่ไม่ตรงตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

คำสำคัญ : มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

ABSTRACT

In this study, the researcher investigates factors determining the export value of Thai industrial products.

In carrying out this investigation, the researcher collected relevant annual time series secondary data for the period between 1997 and 2010. Subsequently, the researcher analyzed the data collected using the econometric model in the form of the multiple regression equation. Findings are as follows:

All independent variables in the model were found to be explanatory of changes in the dependent variable at the statistically significant level of reliability at 99 percent.

The variables of the foreign exchange rate, the industrial product price index, labor excluding the agricultural sector and the productivity index were determined to be directly correlated with the export value of industrial products. This finding was congruent with the set hypotheses postulated for this investigation at a statistically significant level. However, the prime rate variable was found to be inversely correlated with the

export value of industrial products. This last finding was also congruent with the set hypotheses posited for this inquiry at a statistically significant level. Furthermore, the variable of the price for diesel oil was determined to be directly correlated with the export value of industrial products. However, this finding was incongruent with the set hypotheses postulated for this investigation.

KEYWORDS : Industry Export value

1. บทนำ

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ การค้าระหว่างประเทศถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจเจริญเติบโต ทำให้ประเทศต่าง ๆ ต้องการขยายตลาดและการลงทุนสู่ประเทศอื่นๆ มากขึ้น ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิดซึ่งได้ประโยชน์จากการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศ ทั้งการนำเข้าและการส่งออก ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกัน

สินค้าอุตสาหกรรมนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 85 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ อีกทั้งยังมีความสำคัญต่อการจ้างงานในประเทศ โดยการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 15.5 ของการจ้างงานทั้งหมด ดังนั้นภาคอุตสาหกรรมจึงเป็นเหมือนโซ่คล้องกลางของระบบเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับภาคแรงงานและภาคการส่งออกเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้การเปลี่ยนแปลงในภาคส่วนใด ๆ ใน 3 ภาคส่วน (อุตสาหกรรม ส่งออก แรงงาน) จึงมีผลกระทบต่อภาคส่วนที่เหลือเสมอ (สำนักเศรษฐกิจการคลัง, 2553)

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอาศัยธุรกิจส่งออกเป็นรายได้หลักของประเทศ ในสภาพเศรษฐกิจที่ค่าเงินบาทแข็งค่า ทำให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าเข้าถูกลง แต่ราคาสินค้าออกจะแพงขึ้น ในภาวะค่าเงินบาทแข็งค่าประกอบกับนโยบายกำหนดค่าแรงขั้นต่ำสามร้อยบาทหากรัฐบาลบังคับใช้ทั่วประเทศ อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจส่งออกและเสียเปรียบในการแข่งขันด้านราคากับต่างประเทศ

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าภาคการส่งออกนั้นมีความสำคัญมากต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยเฉพาะภาคการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจุบันมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด ถึงแม้ว่าภาคการส่งออกจะต้องต่อสู้กับปัญหาต่าง ๆ มากมาย แต่ตัวเลขในการส่งออกก็สูงขึ้นเรื่อย ๆ เป็นเพราะการปรับตัวของนักธุรกิจและการช่วยเหลือของภาครัฐในการกระตุ้นการส่งออก เช่น ในด้านภาษี เป็นต้น ทำให้ภาคธุรกิจส่งออกยังพอสู้กับการค้าระหว่างประเทศได้ และ ค่าจ้างแรงงาน ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการต่อสู้ในเวทีการค้าโลก ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการกำหนดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์ต่อสู้ทางการค้าระหว่างประเทศ และเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดทางทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ได้แก่ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

Adam Smith (อ้างถึงใน วิรัช ธเนศวร, 2553, หน้า 16) ได้ตั้งทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Theory of Absolute advantage) ซึ่งอาศัยหลักการแบ่งงานกันทำตามความสามารถ (the principle of division of labour) มาใช้ เนื่องจากการค้าระหว่างประเทศทำให้เกิดการแบ่งงานกันทำภายในประเทศกล่าวคือ ให้แรงงานแต่ละประเทศเลือกผลิตสินค้าที่ตนเองมีความชำนาญให้แต่ละประเทศมีความสามารถในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดแตกต่างกันแล้วจึงนำสินค้าที่ผลิตได้นั้นไปแลกกับสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้เองหรือผลิตได้ด้วยต้นทุนของสินค้าที่สูงกว่า

David Ricardo จึงได้เสนอแนวความคิดเพิ่มเติมจาก Adam Smith นั่นคือ ประเทศใดประเทศหนึ่งไม่ควรที่จะผลิตสินค้าทุกชนิดที่ตนผลิตได้ดีกว่าประเทศอื่น แต่ควรที่จะเลือกสินค้าที่ตนผลิตได้ดีที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดอื่น สำหรับประเทศที่มีความสามารถในการผลิตต่ำ ก็ไม่ควรที่จะหยุดผลิตสินค้าทุกชนิดเพราะแรงงานมีประสิทธิภาพในการทำงานต่ำในทุก ๆ ทาง แต่ควรที่จะหยุดผลิตสิ่งที่แรงงานมีความสามารถในการผลิตต่ำที่สุด

Heckscher-Ohlin (อ้างถึงใน วิรัช ธเนศวร, 2553, หน้า 59) กล่าวว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดจากความจริงที่ว่าประเทศที่แตกต่างกันย่อมมีความสมบูรณ์ของปัจจัยแตกต่างกันและสินค้าต่างชนิดกันย่อมมีอัตราการใช้ปัจจัยแตกต่างกัน ซึ่งได้นั้นถึงความสำคัญของสัดส่วนการใช้ปัจจัยการผลิตและอธิบายว่าแต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าซึ่งผลิตขึ้นมาจากการใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศนั้นมีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์มากกว่าการใช้ปัจจัยการผลิตชนิดอื่นที่มีอยู่ในปริมาณน้อย และจะนำเข้าสินค้าที่ได้จากการผลิตด้วยปัจจัยการผลิตซึ่งตนเองมีปัจจัยการผลิตชนิดนั้นในปริมาณน้อยหรือไม่มีเลย ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ประเภท คือ แรงงาน (labour) และทุน (capital)

ทฤษฎีที่สอง คือ ทฤษฎีการส่งออกนำการเติบโต (Export – Led Growth) เป็นทฤษฎีของระบบเศรษฐกิจแบบเปิดที่คำนึงถึงนโยบายการค้าระหว่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะการขยายการส่งออกจะช่วยให้ประเทศสามารถขยายขอบเขตของข้อจำกัดการใช้ทรัพยากร และประสิทธิภาพของการผลิตของตนเอง และจะส่งผลต่อการขยายการผลิตและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทุกด้านตามมา แนวคิดนี้ก็คือ Export – Led Growth (Edgardo and Claudio, 1989)

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทย นโยบายและกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการส่งออก

4. สมมติฐาน

1. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ดัชนีราคาสินค้าอุตสาหกรรม และ ผลผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายใหญ่ขึ้นดี และ ราคาน้ำมันดีเซลมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

5. วรรณกรรมที่ศึกษา

ปิยะอุทธีรงค์ จงภักดี (2546) ได้ศึกษาเรื่อง *บทบาทของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกของประเทศไทย* โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบทบาทของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกของประเทศไทย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2520-2544

ผลการศึกษาตามแบบจำลองพบว่า ลักษณะความสัมพันธ์แสดงให้เห็นดังนี้ ตัวแปรที่มีทิศทางเป็นบวก ได้แก่ รายได้ของโลก และ อุปสงค์การส่งออกในปีที่ผ่านมา ส่วนตัวแปรที่มีทิศทางเป็นลบ ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง และ ราคาสัมพัทธ์ของการส่งออก

ผลสมการอุปทานการส่งออกของภาคอุตสาหกรรม สมการอุปทานการส่งออก พบว่า ตัวแปรที่มีทิศทางเป็นบวก ได้แก่ ราคาส่งออกของไทยต่อดัชนีราคาขายส่งภายในประเทศไทย การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ การลงทุนในด้านสาธารณูปโภคต่อ GDP และอุปทานการส่งออกในปีที่ผ่านมา ส่วนตัวแปรที่มีทิศทางเป็นลบ ได้แก่ แรงกดดันอุปสงค์ภายในประเทศ

บุพเรศ บุญยงค์ (2548) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การนำเข้าและอุปทานการส่งออกของประเทศไทย* โดยใช้ข้อมูลทุกภูมิภาคแบบอนุกรมเวลา ในช่วงปี พ.ศ. 2525 - 2546

ผลการศึกษาสมการอุปทานการส่งออกปรากฏว่า ระดับราคาส่งออกต่อระดับราคาตลาดโลก มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับมูลค่าการส่งออกที่แท้จริง ส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศคู่ค้า และอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกที่แท้จริง

ผลการศึกษาสมการอุปสงค์การนำเข้าปรากฏว่า อัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับมูลค่าการนำเข้าที่แท้จริง ส่วนรายได้ประชาชาติ มูลค่าการนำเข้าสินค้าสำคัญ สัดส่วนสินทรัพย์ต่างประเทศ สุทธิต่อระดับราคานำเข้า และทุนสำรองระหว่างประเทศต่อระดับราคานำเข้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการนำเข้าที่แท้จริง

6. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษานี้ได้ใช้ข้อมูลทุกภูมิภาค แบบอนุกรมเวลา โดยใช้ข้อมูลที่รวบรวมจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายใหญ่ขึ้นดี ดัชนีราคาสินค้าอุตสาหกรรม ดัชนีผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตร และ ราคาน้ำมันดีเซล

โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ด้วยการใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงซ้อน (multiple regression model) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares--OLS) คำนวณค่าทางสถิติและหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ข้อมูลทุกภูมิภาคระหว่างปี พ.ศ. 2540 ถึง พ.ศ. 2554 รวม 15 ปีโดยเขียนให้อยู่ในรูปสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\text{LnX} = a_0 + a_1\text{LnE} + a_2\text{LnV} + a_3\text{LnQ} + a_4\text{LnLP} + a_5\text{LnPO}$$

โดยกำหนดให้

X	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม (พันล้านบาท)
E	คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ)
V	คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายใหญ่ ชั้นดี (ร้อยละ)
Q	คือ ดัชนีราคาสินค้าอุตสาหกรรม (จุด)
LP	คือ ดัชนีผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตร (จุด)
PO	คือ ราคาน้ำมันดีเซล (บาทต่อลิตร)

7. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทย ได้ผลตามแบบจำลอง มีดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{LnX} = & -7.6479 + 0.6606\text{LnE} - 0.2749\text{LnV} \\ & (-1.6590) \quad (2.2108)^* \quad (-3.1761)^{**} \\ & + 0.9716\text{LnPQ} + 1.7898\text{LnLP} + 0.3837\text{LnPO} \\ & (2.7759)^{**} \quad (2.0088)^* \quad (2.6572)^{**} \end{aligned}$$

R Squared	=	0.9901	Adj. R Squared	=	0.9846
D. W.	=	1.3520	F Statistic	=	180.0862
S.E.	=	0.0536			

ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t Statistics

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** มีนัยสำคัญทางสถิติด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการศึกษาพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรทุกตัวที่ได้จากการคำนวณ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่าง ๆ กับตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 99.01 ($R^2 = 0.9901$) โดยมีค่า F Statistic มีค่าเท่ากับ 180.0862 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวในแบบจำลอง สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 สำหรับการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน Durbin-Watson (D.W.) มีค่าเท่ากับ 1.3520 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถสรุปได้ว่าเกิดปัญหาสหสัมพันธ์ในตัวเอง (autocorrelation)

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตามอธิบายได้ ดังนี้

1. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (E) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม (X) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.6606 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6606

2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายใหญ่ชั้นดี (V) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม (X) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ - 0.2749 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายใหญ่ขึ้นลดลงร้อยละ 1 จะทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2749

3. ดัชนีราคาสินค้าอุตสาหกรรม (Q) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม (X) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.9716 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ดัชนีราคาสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9716

4. ดัชนีผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตร (LP) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม (X) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1.7898 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อดัชนีผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7898

5. ราคาน้ำมันดิบเชล (PO) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม (X) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เพราะเมื่อราคาน้ำมันดิบเชลมีราคาสูงขึ้น ย่อมทำให้ราคาสินค้าอุตสาหกรรมสูงขึ้นตาม มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นผลคุณมาจากจำนวนและราคา ดังนั้นเมื่อ ราคาสินค้าสูงขึ้นย่อมมีผลต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสูงตามไปด้วย

8. อภิปรายผล

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ดัชนีผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และ ดัชนีราคาสินค้าอุตสาหกรรม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่ราคาน้ำมันดิบเชล มีผลไม่ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากน้ำมันดิบเชลเป็นต้นทุนที่ผู้ผลิตไม่สามารถผลัดการะได้ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของการขนส่งสินค้า ถึงแม้มีราคาสูงแต่ มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมก็เพิ่มขึ้นตาม

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ เป็นไปใน ทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราดอกเบี้ยรายใหญ่ขึ้นดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

9. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่กำหนดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทย ทำให้ทราบถึงความสำคัญปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ข้อมูลจากการศึกษาดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานรัฐ และผู้ประกอบการเอกชน ที่จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิต การตลาด เพื่อแข่งขันกับสินค้าอุตสาหกรรมของต่างประเทศได้

1. จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ดัชนีผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตรมีผลต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมากที่สุด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของดัชนีผลิตภาพแรงงานนอกภาคเกษตรมีผลต่อมูลค่าการส่งออก

สินค้าอุตสาหกรรมในทิศทางเดียวกันดังนั้นหากผู้ประกอบการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมควรพัฒนาฝีมือแรงงานของตนเองให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมให้มากขึ้น

2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้รายใหญ่ขึ้นดี เป็นปัจจัยกำหนดมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่ภาครัฐสามารถให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการได้ ดังนั้น รัฐบาลควรมีมาตรการที่จะช่วยกระตุ้นการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม โดยการควบคุมอัตราดอกเบี้ยให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งจะเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมได้ เพราะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มการลงทุนเพื่อขยายและยังทำให้เกิดการจ้างงาน ทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น

10. รายการอ้างอิง

ปิยะฤทธิ์รงค์ จงภักดี. 2546. “การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง
 ยุพเรศ บุญยงค์. 2548. “ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การนำเข้าและอุปทานการส่งออกของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง
 วิรัช ธเนศวร. 2553. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักเศรษฐกิจการคลัง, แสดงรายงานภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย , 2553.

Edgardo, D. and Claudio, G. 1989. “Export led growth theory.” **Journal of Development Economics**. 11(January).

**ประสิทธิผลและผลตอบแทนปัจจัยการผลิตของการจ้างเหมาบริการภายนอก
ในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
EFFECTIVENESS AND RETURN ON FACTOR OF PRODUCTION
OUTSOURCING IN SRINAKHARINVIROT UNIVERSITY**

นางกรัณท์รัตน์ ศรีกาหลง

นักวิชาการพัสดุชำนาญการ สำนักคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail : karunrut@swu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงประสิทธิผลและผลตอบแทนปัจจัยการผลิตของการจ้างเหมาบริการภายนอก ในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล จากประชากร 3 กลุ่ม คือกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการจ้างเหมา ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ของงานจ้างเหมาทำความสะอาด และงานรักษาความปลอดภัย ในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งมุ่งศึกษาเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของงานจ้างเหมาบริการภายนอกของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปี 2550-2555 โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเหตุผล ข้อดี ข้อเสีย ประสิทธิภาพของการจ้างทำความสะอาด และการรักษาความปลอดภัย ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และผลตอบแทนปัจจัยการผลิตของการจ้างทำความสะอาดและการจ้างรักษาความปลอดภัย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารการจัดสรรงบประมาณ ปี 2550-2555 ของกองแผนงาน และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสอบถามการจ้างเหมาทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย 487 ชุด จาก 8 หน่วยงาน ในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบ่งตามกลุ่มคณะวิชาตามการจัดกลุ่มของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ประกอบด้วย 1) กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ ได้แก่ คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะสหเวชศาสตร์ 2) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ 3) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ คณะสังคมศาสตร์ และคณะศิลปกรรมศาสตร์ 4) สำนักคอมพิวเตอร์ ศูนย์พัฒนาสภาพกายภาพ การจัดการขนส่งและความปลอดภัย

การค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อสรุปซึ่งสรุปจากความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้ สภาพทั่วไปของการจ้างเหมาบริการภายนอก ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปี 2550-2555 การศึกษาพบว่าหน่วยงานในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จ้างเหมาทำความสะอาด ในปี 2555 ใช้งบประมาณลดลงจากปี 2554 เนื่องจากมีการลดจำนวนแรงงาน ซึ่งผู้รับจ้างที่ได้งานจะเป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลจากปีงบประมาณก่อน ซึ่งเป็นปัญหว่าผู้รับจ้างมีการผูกขาดด้านต้นทุนในการดำเนินการและแรงงาน และพนักงานทำความสะอาดเป็นแรงงานชุดเดิม ประสิทธิภาพของการจ้างเหมาทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย ในด้านการลดความเสี่ยงของบุคลากรในหน่วยงานในการทำความสะอาด ด้านคุณภาพของผลงานของการทำความสะอาดผู้รับบริการ มีความคิดเห็นว่ามีประสิทธิผล ซึ่งแตกต่างกับความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่ได้รับผิดชอบดูแลงานที่จ้างเหมาจึงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน และ

ผลตอบแทนปัจจัยการผลิตการจ้างทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย ผู้รับจ้างบางรายเอาเปรียบแรงงาน โดยการจ่ายค่าจ้างต่ำกว่าอัตราค่าแรงงานขั้นต่ำตามที่รัฐบาลกำหนด และไม่มีการจ่ายค่าสวัสดิการ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามที่ได้ทำข้อเสนอให้หน่วยงานในมหาวิทยาลัยเมื่อให้เสนอราคา

ผลจากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับผู้บริหารของมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ โดยผลจากการศึกษาพบว่า การจ้างเหมาภายนอกอาจจะไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรมีการกำหนดนโยบายในการจ้างเหมาภายนอก โดยจะต้องมีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อการจ้างเหมาภายนอก มีกระบวนการในการสรรหาบริษัทที่มีความสามารถในการปฏิบัติงาน มีกระบวนการในการตรวจการจ้างเหมาภายนอก เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการจ้างเหมาบริการภายนอกสูงสุด

ABSTRACT

This research was aimed to study effectiveness and return on production factors of outsourcing at Srinakharinwirot University. Samples were 3 groups which comprised of staff who involved with outsourcing, service providers and customers of outsourcing in janitorial service and security guard services at Srinakharinwirot University. Opinion involved with outsourcing, pros, cons and effectiveness and return on production factors of outsourcing in janitorial services and security guard services were collect from those samples. The research were secondary source data from government budget between 2007-2012 and primary data source from 557 questionnaires of outsourcing in janitorial service and security guard services. Data about janitorial service were collected from Dentistry faculty, Physical health science faculty, Science faculty, Engineering faculty, humanities faculty, fine arts faculty, Computer center and Development for building, ground, transportation and security center.

The result of research is a summary opinion from staff involved outsourcing, service providers and customers. In 2012 Srinakharinwirot University budget was less than 2011 about outsourced janitorial services. Due to labor reduction from same outsourcing firm from last year. It's monopoly firm. Outsourcing firm can reduce capital and wage labor. Opinion from customer about effectiveness in janitorial service were good but different from people involved outsourcing. Wage labor of janitor and security guard is less than wage from government declared. Outsourcing firm did not adequate social welfare and other income

The results of the study. Researchers have been studying to be a guideline for the management of the Srinakharinwirot University. The results of the study showed that the contracting parties may not be effective enough. Therefore, management should have a policy of hiring outside contractors. It must have sufficient funds to hire outside contractors. The process of recruiting companies with the ability to work. The process of the contracting parties. In order to be effective in contracting with outside services. The results of the study. Researchers have been studying to be a guideline for the management of the Srinakharinwirot University. The results of the study showed that the contracting parties may not be effective enough. Therefore, management should have a policy of hiring outside contractors. It must have sufficient funds to hire outside contractors. The

process of recruiting companies with the ability to work. The process of the contracting parties. In order to be effective in contracting with outside services.

บทนำ

องค์กรต่าง ๆ จะบริหารงานโดยมุ่งหวังให้เกิดประสิทธิภาพสูงทุกหน่วยงานภายในองค์กรต้องมีการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างมาก แต่ในบางครั้งการดำเนินการจึงทำให้เกิดการจ้างเหมาบริการภายนอก ให้มาทำงานเฉพาะอย่างที่ไม่ใช่กิจกรรมหลักขององค์กรหรือกิจกรรมใด ๆ ที่องค์กรไม่สามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการไม่มีเวลามากพอในการบริหารจัดการ หรือการไม่มีความเชี่ยวชาญ หรือการมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงเกินไป การจ้างเหมาบริการจากภายนอกจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่องค์กรหรือหน่วยงานใช้ในการปรับตัวให้ทันต่อการแข่งขันหรือการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีหรือช่วยพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริหารจัดการ ตลอดจนการลดต้นทุนในการดำเนินงาน

จากการจัดสรรงบประมาณแผ่นดินค่าจ้างเหมาบริการภายนอกของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ระหว่างปี 2554-2555 มีอัตราเพิ่มขึ้น จากข้อมูลดังกล่าวก่อให้เกิดคำถามว่าสภาพการจ้างเหมาบริการภายนอกของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒในปัจจุบัน ในด้านต่างๆ เช่น ในด้านประเภทของการจ้างเหมา หน่วยงานและงบประมาณที่จ้างเหมา ข้อตกลงเกี่ยวกับการจ้างเหมา ปัญหาการจ้างเหมา และด้านอื่นๆ มีสภาพอย่างไร การจ้างเหมาบริการมีเหตุผล ข้อดีข้อเสียอย่างไร การจ้างเหมาบริการประเภทต่างๆ มีประสิทธิผลมากน้อยแค่ไหน และผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเป็นสัดส่วนอย่างไร การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยดังกล่าว น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและแนวทางการจ้างเหมาบริการภายนอก การจัดสรรงบประมาณการจ้างเหมาบริการภายนอกของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและสถาบันอุดมศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการจ้างเหมาบริการภายนอกของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปี 2550-2555
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการจ้างเหมาทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนปัจจัยการผลิตของการจ้างเหมาทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับแนวคิดการจ้างเหมาบริการภายนอก (Outsourcing) แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล (Effectiveness) แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทนปัจจัยการผลิต และบทความ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการจ้างเหมาบริการภายนอก เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดแนวทางการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจ้างเหมาบริการภายนอก (Outsourcing)

ลินดาร์ อาร์ (2006) ให้ความหมายของการจ้างเหมาบริการภายนอกหมายถึง การจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญในเรื่องหนึ่ง ๆ ให้เข้ามาจัดการหน่วยธุรกิจซึ่งไม่ใช่ธุรกิจหลักขององค์กร

จากความหมายทั้งหมดสรุปได้ว่าการจ้างเหมาบริการภายนอก (Outsourcing) หมายถึงการจ้างผู้ให้บริการภายนอก ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ให้บริการในกิจกรรมที่ไม่ใช่กิจกรรมหลักขององค์กร ในการศึกษาครั้งนี้พิจารณาเฉพาะการจ้างเหมาทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย

2. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล(Effectiveness)

อนเนก ณ นคร, (2538) ได้ให้ความหมายของประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง การที่ดำเนินโครงการหรืองานอย่างหนึ่ง อย่างใดแล้ว และปรากฏว่าผลเกิดขึ้น (Outcomes) หรือผลผลิตที่เกิดขึ้น (Output) ณ ระดับหนึ่งระดับใดที่เป็นเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ มีการใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้ามาดำเนินการในโครงการหรืองานได้น้อยที่สุด และผลที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ การดำเนินการโครงการนั้นจะมีประสิทธิผลสูงสุด

ในการวิจัยนี้วิธีการประเมินประสิทธิผลของการจ้างเหมาบริการทำความสะอาด และจ้างรักษาความปลอดภัย ประเมินจากระดับความสำเร็จของการปฏิบัติงานเมื่อเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในการวิเคราะห์ในครั้งนี้ได้พิจารณาระดับการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริง (Actual) และระดับความคาดหวัง (Expect) โดยแยกองค์ประกอบของการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ได้แก่ปัจจัยนำเข้า (Input) ประกอบด้วย ด้านคุณภาพบุคคลและแรงงาน ด้านการประหยัดทรัพยากร/งบประมาณของหน่วยงานที่จ้างเหมา กระบวนการ (Process) ประกอบด้วย คุณภาพการบริหารงานที่เกิดขึ้นจากการเหมา ด้านการลดความเสี่ยงของบุคลากรของหน่วยงานในการทำงาน และ ผลผลิต (Output) ประกอบด้วย คุณภาพของผลงาน

3. แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทนปัจจัยการผลิต

ในการวิจัยนี้พิจารณาจากค่าจ้างเหมาบริการที่มหาวิทยาลัยจ่ายให้ผู้รับจ้าง และผู้รับจ้างจ่ายค่าจ้าง/ค่าตอบแทนแรงงาน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของผู้รับจ้าง

วิธีการดำเนินวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากเอกสารการจัดสรรงบประมาณ ปี 2550-2555 ของกองแผนงาน และ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากการแบบสอบถามการจ้างเหมาทำความสะอาด 400 ชุด จาก 8 หน่วยงานในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบ่งตามกลุ่มคณะวิชาตามการจัดกลุ่มของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ประกอบด้วย 1) กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ ได้แก่คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะสหเวชศาสตร์ 2) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้แก่คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ 3) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่คณะสังคมศาสตร์ และคณะศิลปกรรมศาสตร์ 4) สำนักคอมพิวเตอร์ ศูนย์พัฒนาสภาพกายภาพ การจัดการขนส่งและความปลอดภัย

แบบสอบถามได้แยกตามกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่ม 1) เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับการจ้างเหมาบริการภายนอก ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้สอบถามความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ เหตุผล ข้อดี ข้อเสีย และประสิทธิผลของการจ้างทำความสะอาด 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านคุณภาพของบุคคลและ

แรงงาน 2) ด้านการประหยัทรพยากร/งบประมาณของหน่วยงาน 3) ด้านคุณภาพการบริหารงานที่เกิดขึ้นจากการจ้างเหมา 4) ด้านการลดความเสี่ยงของบุคลากรของหน่วยงาน 5) ด้านคุณภาพของผลงาน

กลุ่ม 2) ผู้ให้บริการ(พนักงานทำความสะอาด และพนักงานรักษาความปลอดภัย) ได้สอบถามเกี่ยวกับ 1) ด้านค่าตอบแทน 2) ด้านสวัสดิการ/เงินชดเชยพนักงาน 3) ด้านการปฏิบัติงาน 4) ด้านคุณสมบัติของพนักงาน 5) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในอาชีพ 6) ด้านการเคลื่อนย้ายแรงงาน 7) ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผล ข้อเสนอแนะ กลุ่ม 3) ผู้รับบริการ สอบถามเกี่ยวกับ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการจ้างเหมาบริการภายนอกของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปี 2550-2555 กระทำโดย การพรรณนาโดยอาศัยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านเหตุผล ข้อดีข้อเสีย และประสิทธิผลของการจ้างเหมาทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กระทำโดยอาศัยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ทั้งนี้มีเกณฑ์ประเมินประสิทธิผล ดังนี้

เกณฑ์การแปรความระดับความคาดหวัง (E) และสภาพที่เกิดขึ้นจริง (A) ของการจ้างเหมาได้แจกแจงเป็น 5 ระดับ ได้แก่ระดับดีมาก มาก พอใช้ น้อย และน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินประสิทธิผล

กรณี	ระดับประสิทธิผล
ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริง มากกว่า	สูงมาก
ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่คาดหวังเป็นจำนวนมากกว่า 1 ระดับขึ้นไป	
ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริง เท่ากับ	มาก
ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่คาดหวัง	
ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริง น้อยกว่า	น้อย
ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่คาดหวัง เป็นจำนวน 1 ระดับ	
ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริง น้อยกว่า	ไม่มีประสิทธิผล
ระดับคุณภาพของการปฏิบัติงานที่คาดหวัง เป็นจำนวน 2 ระดับ	

สรุปผลการวิจัย

สภาพทั่วไปของการจ้างเหมาบริการภายนอก ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปี 2550-2555 ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประเภทการจ้างเหมา ประกอบด้วย 1) ค่าจ้างเหมาทำความสะอาด 2) ค่าจ้างรักษาความปลอดภัย 3) ค่าดูแลสนาม 4) ค่าดูแลลิฟต์ 5) ค่าดูแลเครื่องปรับอากาศ 6) ค่าจ้างกำจัดปลวก 7) ค่าดูแลตู้สาขาโทรศัพท์ 8) ค่าดูแลเครื่องเดิมอากาศ 9) ค่ากำจัดขยะ 10) ค่าบริการ ชัก อบริด 11) ค่าดูแลระบบสุขศึกษา 12) ค่าดูแลจัดการคอมพิวเตอร์ 13) ค่าบำรุงรักษาระบบดับเพลิง ปี 2554-2555 ในภาพรวมค่าจ้างเหมาทำความสะอาดในปี 2555 ลดลงจากปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 4.10 และค่าจ้างรักษาความปลอดภัยเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 13.02 หน่วยงานที่จ้างเหมามากที่สุดได้แก่ศูนย์พัฒนาสภาพกายภาพ การจัดการขนส่งและความปลอดภัย ซึ่งดูแลหน่วยงานต่างๆ ในมหาวิทยาลัย ผู้รับจ้างที่ได้งานจ้างเหมาทำความสะอาดจะเป็นบริษัทที่ได้รับ

การว่าจ้างรายเดิมจากปีงบประมาณก่อน และการจ้างรักษาความปลอดภัย ทุกหน่วยงานจ้างสำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก ในพระบรมราชูปถัมภ์ ค่าจ้างเหมาบริการที่จ่ายให้ผู้รับจ้างในแต่ละปี จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะอยู่ที่ข้อตกลงการจ้างเหมาที่มหาวิทยาลัยกำหนด เช่น จำนวนแรงงาน ระยะเวลาทำงาน

ในการวิเคราะห์ประสิทธิผลการจ้างเหมาทำความสะอาด ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจ้างเหมาทำความสะอาดเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจ้างเหมาทำความสะอาด ได้กระทำโดยใช้แนวคิดเชิงระบบ พิจารณาครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ด้านคุณภาพของบุคลากร/แรงงาน ความคิดเห็นว่าคุณภาพของบุคลากรและแรงงานที่คาดหวังในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}=4.52$) ในขณะที่พบว่าการปฏิบัติงานจริงมีคุณภาพระดับพอใช้ ($\bar{x}=3.33$) สรุปได้ว่าการจ้างเหมาทำความสะอาดด้านคุณภาพของบุคลากรและแรงงานไม่มีประสิทธิผล เนื่องจากระดับคุณภาพการปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริง ต่ำกว่าคุณภาพที่คาดหวังในการปฏิบัติงาน 1 ระดับ ด้านการประหยัดทรัพยากร/งบประมาณของหน่วยงานที่จ้างเหมาทำความสะอาด เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นว่าการประหยัดทรัพยากร/งบประมาณของหน่วยงานที่จ้างเหมาทำความสะอาด ที่คาดหวังในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับดี ($\bar{x}=4.24$) ในขณะที่พบว่าการปฏิบัติงานจริงมีคุณภาพระดับพอใช้ ($\bar{x}=3.46$) สรุปได้ว่าการจ้างเหมาทำความสะอาดด้านการประหยัดทรัพยากร/งบประมาณของหน่วยงานที่จ้างเหมาทำความสะอาดไม่มีประสิทธิผล เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความแตกต่างช่วยลดค่าใช้จ่ายประเภทค่าจ้างบุคลากร/แรงงาน งบประมาณบุคลากร งบประมาณในการจัดหาวัสดุ/ อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงานมีประสิทธิผลมาก

ด้านกระบวนการ(Process) ได้แก่ด้านคุณภาพของการบริหารงานที่เกิดขึ้นจากการจ้างเหมาทำความสะอาด พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องมีคาดหวังในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}=4.57$) ในขณะที่พบว่าการปฏิบัติงานจริงมีคุณภาพระดับพอใช้ ($\bar{x}=3.36$) สรุปได้ว่าการจ้างเหมาทำความสะอาดด้านคุณภาพของการบริหารงานที่เกิดขึ้นจากการจ้างเหมาทำความสะอาดไม่มีประสิทธิผล เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการจัดสรรงบประมาณภายใต้ระบบการจ้างเหมาซึ่งมีจำนวนเงินที่แน่นอนเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแผนการเงินของหน่วยงาน มีความแตกต่าง ระดับคุณภาพการปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงอยู่ในระดับเดียวกันกับระดับคุณภาพที่คาดหวังในการปฏิบัติงาน ซึ่งสรุปว่าการจัดสรรงบประมาณภายใต้ระบบการจ้างเหมาซึ่งมีจำนวนเงินที่แน่นอนเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแผนการเงินของหน่วยงาน มีประสิทธิผลมาก และเมื่อพิจารณาด้านลดความเสี่ยงของบุคลากรของหน่วยงานในการทำมาสะอาด ที่คาดหวังในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}=4.52$) ในขณะที่พบว่าการปฏิบัติงานจริงมีคุณภาพระดับพอใช้ ($\bar{x}=3.62$) สรุปได้ว่าการจ้างเหมาทำความสะอาดด้านการลดความเสี่ยงของบุคลากรของหน่วยงานในการทำมาสะอาดมีประสิทธิผลน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อผลที่ได้ไม่แตกต่าง

ด้านผลผลิต(Output) จากการสอบถามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องและผู้รับบริการผลผลิต (Output) ด้านคุณภาพผลงานของการจ้างเหมาทำความสะอาดมีประสิทธิผลน้อย แตกต่างจากความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีความคิดเห็นว่ามีประสิทธิผลมาก และการจ้างรักษาความปลอดภัย ตามความคิดเห็นของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามีประสิทธิผลน้อย

ผลตอบแทนปัจจัยการผลิตการจ้างทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย จากการศึกษาจากการวิเคราะห์สัดส่วนอัตราค่าจ้างแรงงานที่พนักงานได้รับต่ออัตราค่าจ้างขั้นต่ำ วันละ 300 บาท (ตามประกาศ

คณะกรรมการค่าจ้าง เรื่องอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 6) มีผลบังคับใช้ 1 เมษายน 2555 พบว่าพนักงานทำความสะอาดและพนักงานรักษาความปลอดภัย ได้รับค่าจ้างตามอัตราที่กำหนด 300 บาท ซึ่งปฏิบัติงาน ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ชั่วโมงการปฏิบัติงานของบางหน่วยงานปฏิบัติงานเกิน 8 ชั่วโมง ซึ่งเมื่อคำนวณค่าจ้างจริงที่ควรได้รับพนักงานจะได้ค่าจ้างที่ต่ำกว่า อัตราค่าจ้างที่กำหนด และพบว่าพนักงานทำความสะอาด และพนักงานรักษาความปลอดภัยที่ปฏิบัติงาน ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์ จังหวัดนครนายก กำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำวันละ 237 บาท ซึ่งทุกหน่วยงานผู้รับจ้างได้จ่ายค่าจ้าง วันละ 300 บาท ซึ่งสูงกว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำที่กำหนด เนื่องจากด้วยจำนวนพื้นที่ที่กว้างขวาง ต้องมีการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด ทำให้มีความเสี่ยงในการทำงานสูง จึงทำให้ได้รับค่าจ้างรายวันเท่ากับพนักงานรักษาความปลอดภัยที่ประสานมิตร

อภิปรายผล

การค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ มีข้ออภิปรายซึ่งสรุปจากข้อคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้ สภาพทั่วไปของการจ้างเหมาบริการภายนอก ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปี 2550-2555 การศึกษาพบว่าหน่วยงานในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จ้างเหมาทำความสะอาด ในปี 2555 ใช้งบประมาณลดลงจากปี 2554 เนื่องจากการลดจำนวนแรงงาน ซึ่งผู้รับจ้างที่ได้งานจะเป็นบริษัทที่ได้รับการว่าจ้างรายเดิมจากปีงบประมาณก่อน ซึ่งเป็นปัญหาว่าผู้รับจ้างมีการผูกขาดการดำเนินการและแรงงาน และพนักงานทำความสะอาดเป็นแรงงานชุดเดิม ประสิทธิภาพของการจ้างเหมาทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างได้แก่เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องจะมีความคิดเห็นว่ามีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีความคาดหวังสูง และผู้รับบริการมีความคาดหวังที่ต่ำกว่าจึงทำให้ผลที่ได้ในการประเมินประสิทธิภาพแตกต่างกัน และผลตอบแทนปัจจัยการผลิตการจ้างทำความสะอาด และการจ้างรักษาความปลอดภัย ผู้รับจ้างบางรายเอาเปรียบแรงงาน โดยการจ่ายค่าจ้างต่ำกว่าอัตราค่าแรงงานขั้นต่ำตามที่รัฐบาลกำหนด และไม่มีการจ่ายค่าสวัสดิการ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามที่ได้ทำข้อเสนอให้หน่วยงานในมหาวิทยาลัยเมื่อให้เสนอราคา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของการจ้างเหมาบริการภายนอก ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หน่วยงานมีงบประมาณจำกัดทำให้ได้ผู้รับจ้างที่เป็นรายเดิม ควรเพิ่มงบประมาณเพื่อให้ได้ผู้รับจ้างที่มีคุณภาพด้านแรงงาน คุณภาพของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในงาน ทางด้านประสิทธิภาพของการจ้างเหมาทำความสะอาดและการจ้างรักษาความปลอดภัยควรมีการตรวจสอบงานที่จ้างเหมาให้มีระบบมีมาตรฐานในการประเมิน และผลตอบแทนปัจจัยการผลิต มหาวิทยาลัยควรมีการตรวจสอบว่าผู้รับจ้างมีการจ่ายตามที่เสนอราคา เพื่อช่วยลดปัญหาการทุจริตแรงงาน และเพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับผู้บริหารของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยผลจากการศึกษาพบว่าจ้างเหมาภายนอกอาจจะไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้นผู้บริหารจึงควรมีการกำหนดนโยบายในการจ้างเหมาภายนอก โดยจะต้องมีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อการจ้างเหมาภายนอก

มีกระบวนการในการสรรหาบริษัทที่มีความสามารถในการปฏิบัติงาน มีกระบวนการในการตรวจการจ้างเหมาภายนอก เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการจ้างเหมาบริการภายนอกสูงสุด

รายการอ้างอิง

- กัลยา วาณิชบัญชา. 2545. การวิเคราะห์สถิติ.สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ. : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จาตุรงค์ ปัญญาธิกุล. 2544. ปัญหาการจ้างเหมาบริการของส่วนราชการไทย. ภาคนิพนธ์(รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร
- ลินดา อาร์. 2006. เอาต์ซอร์ส(Outsource):ใครเก่งสิ่งไหนก็ทำสิ่งนั้น. กรุงเทพฯ :อี.ไอ.สแควร์ สำนักพิมพ์.2550
- ธงชัย สันติวงษ์. 2526. การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประพนธ์ ชินอุดมทรัพย์. 2542. การวิเคราะห์ประสิทธิผลและแนวทางการจ้างเหมาภาคเอกชนในงานบำรุงปกติงานทาง.วิทยานิพนธ์. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- ประพันธ์ เสวदनันทน์; และไพศาล เล็กอุทัย. 2544. หลักเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา นาคถมยา. 2547. การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการจัดการศึกษาคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในช่วง พ.ศ.2538-พ.ศ.2543 . สารนิพนธ์ สม(เศรษฐศาสตร์การศึกษา).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัลลภ จารุจิตติพันธ์. 2553. การจัดจ้างคนภายนอกในธุรกิจโรงแรม:กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเกาะสมุย.ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต(บริหารธุรกิจ).กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.ถ่ายเอกสาร
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. 2549. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ภรณ์ มหามนต์. 2529. การประเมินประสิทธิผลขององค์กร. กรุงเทพมหานคร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ร่วมกับสำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ไมเคิล เอฟ.คอร์เบตต์. 2006. เอาต์ซอร์ส กลยุทธ์ฝ่าโลกธุรกิจ. สุรพันธ์ วิโรจน์กุล. กรุงเทพฯ. บริษัทพงษ์วรินทร์การพิมพ์ จำกัด.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2555. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุรมน เฝ้าทรง. 2545. การวิเคราะห์การจัดการการว่าจ้างบุคคลภายนอกผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่กรณีศึกษา : สินค้าตราคาร์ฟูร์(Carrefour Brand). วิทยาสตรมหาบัณฑิต(การบริหารเทคโนโลยี).กรุงเทพฯ. : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร
- สวัสดิการสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี. 2535.ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.2535. กรุงเทพฯ. บริษัท ประชาชน จำกัด.

- สุณี บุญรุ่ง. 2549. ความคาดหวังและการรับรู้จริงของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการจ้างงาน
ภายนอก.สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร
- สถิต คำตาเลียง. 2544. ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของช่างอากาศ: ศึกษาเฉพาะ กรณีกองการบินทหารเรือ.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์), มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร
- สุพาดา สิริกุดตา. 2545. บัญชีบริหาร (Managerial Accounting). กรุงเทพฯ. บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- อนก ญ นคร,พ.ต.ท. 2538. ประสิทธิภาพการปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจนครบาลในกรุงเทพมหานคร .
ภาคนิพนธ์พัฒนาสังคมมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- A.T. Kearney. 2011., สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2554, จาก <http://www.atkearney.com>
- Robert Monczka, Robert Trent and Robert Handfield, **Purchasing and Supply Chain Management**. (South
Western College Publishing, 1997) : 124, 219.

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์

CUSTOMER BEHAVIOR TOWARDS ONLINE CAR INSURANCE

APPLICATION

นายไพบูลย์ ไชยสุรินทร์

คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ(พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์) มหาวิทยาลัยศรีปทุม

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ณัฐพันธ์ เผ่าพันธ์

Email: Paiboon.ch@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ ราคากรมธรรม์ประกันภัย คุณภาพของการบริการที่ได้รับ ความเสี่ยงของการทำประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานและทำประกันวินาศภัย จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค (ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ และด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน) ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ ราคากรมธรรม์ประกันภัย คุณภาพของการบริการ และความเสี่ยงของการทำประกัน ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภค

ABSTRACT

The study of customer behavior towards online car insurance application is to study and compare between independent variables such as online car insurance which depends on each consumer's technology acceptance, consumers trust, car insurance fee, service quality risks of doing online car insurance and dependent variable such as the consumer behavior. This research used information form 400 car users and car insurance customers.

The result of study indicates that; independent variables such as technology acceptance model, trust, car insurance fee, and perceived risk will be different in consumer behavior with online car insurance.

KEYWORDS: Online car insurance application, Customer behavior

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ภาคธุรกิจประกันวินาศภัยถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่กำลังเติบโตและมีอนาคตที่สดใสในปัจจุบัน โดยเฉพาะการประกันภัยรถยนต์เนื่องจากปริมาณความต้องการใช้รถยนต์ของประชาชนชาวไทยมีสูงขึ้นในทุกๆ ปีและการทำการตลาดของธุรกิจผลิตและจำหน่ายรถยนต์ที่นำเสนอรถยนต์ขนาดเล็กในราคาเริ่มต้น 3 แสนบาทถึง 5 แสนบาท เข้าสู่ตลาดยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่มากขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, ออนไลน์, 2553) ทำให้ปริมาณขนาดของตลาดการใช้รถยนต์ในประเทศไทยมีการเติบโตขึ้น เป็นโอกาสให้ธุรกิจประกันวินาศภัยมีโอกาสที่จะเติบโตขึ้นในทางกำไรทางธุรกิจและยอดขายประกัน ปัจจุบันจะพบว่าธุรกิจประกันวินาศภัยได้หันมาใช้รูปแบบการคำนวณพินิจข้อเล็กน้อยเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพให้บริการ เป็นการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในยุคของโลกดิจิทัลนอกจากนี้ยังเป็นโอกาสในการเข้าถึงข้อมูล ทักษะคิด พฤติกรรมของลูกค้าจากการเชื่อมโยงเครือข่ายขององค์กรเข้ากับเครือข่ายของลูกค้าผ่านรูปแบบออนไลน์ ทำให้องค์กรได้รับข้อมูลจากลูกค้าโดยตรง สามารถนำไปพิจารณาประกอบการตัดสินใจพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM : Technological Acceptance Model) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจหรือความเชื่อ (Trust) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับราคา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM : Technological Acceptance Model) Davis, Bagozzi, Warshaw (1989) ได้กล่าวว่าเมื่อบุคคลรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้จึงทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีและนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการใช้งานสารสนเทศ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจหรือความเชื่อ (Trust) สามารถสรุปได้ว่าเป็นความน่าเชื่อถือต่อเทคโนโลยีคือภาพพจน์ที่ดีสร้างขึ้นจากความน่าเชื่อถือเป็นความรู้สึกที่ลูกค้ารับรู้จากเทคโนโลยีได้ตั้งแต่เริ่มแรกพร้อมกับประสบการณ์ที่ดีกับตราสินค้านั้นๆ โดยเริ่มต้นจากความพอใจจากการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเหมือนกันตลอดรวมถึงการสามารถติดต่อลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการคำแนะนำเมื่อเกิดข้อสงสัยในตัวสินค้าและบริการนั้นจนลูกค้าเปิดใจยอมรับเทคโนโลยี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับราคา ในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่ได้รับ กล่าวคือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มีภาพหรือความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการที่ได้รับจะสูงด้วย แต่ผลที่ตามมาคือบริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้นราคาจึงเป็นเครื่องมือที่ลูกค้าจะนำมาใช้ประเมินทางเลือกและสร้างความคาดหวังที่จะได้รับจากบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จากการค้นคว้าคุณภาพการบริการเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่บุคคลจะใช้สำหรับการประเมินผลการดำเนินงานของผู้ให้บริการ ถ้าเกิดความประทับใจในคุณภาพการบริการก็จะนำไปสู่การใช้งานหรือใช้บริการต่อไป (การซื้อซ้ำ)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง จากการศึกษาค้นคว้าพบว่ามีการศึกษามากมายที่สนับสนุนทฤษฎีนี้โดยหากพบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศที่จะใช้งานมีความเสี่ยงสูงในมุมมองของผู้ใช้งานจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมหรือความตั้งใจใช้งานในระดับต่ำเพราะกังวลต่อความเสี่ยงที่จะได้รับ แต่หากกลับกันผู้ให้บริการสามารถนำเสนอสารสนเทศที่มีความเสี่ยงต่ำในการใช้งานจะทำให้เกิดพฤติกรรมหรือแนวโน้มพฤติกรรมในระดับต่ำ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค (TAM: Technology Acceptance Model) ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์จากการใช้ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน, ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ (Trust), ราคากรมธรรม์ประกันภัย (Price) , คุณภาพของการบริการที่ได้รับ (Service Quality), ความเสี่ยงของการทำประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ (Risk) กับพฤติกรรมในการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้ใช้รถยนต์และทำประกันวินาศภัยผ่านระบบออนไลน์ โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัดผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G.Cochran (Zikmund, 2003) ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจน จะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน (ขนาดความเชื่อมั่นที่ 95%, ค่าความคลาดเคลื่อนบวกลบที่ 5%) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) (Zikmund, 2003) โดยผู้วิจัยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้รถยนต์และทำประกันวินาศภัยออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ที่ได้สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งส่วนของแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด

การพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

ทำการทดสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (Saunders, Thornhill & Lewis, 2009) และทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยการทดสอบจากกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับประชากรที่ทำการศึกษานับ 30 บริษัท พบว่ามีค่า Cronbach's Alpha ของส่วนที่ 2-6 มากกว่า 0.7 ในทุกๆ ส่วนและข้อคำถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้ใช้สถิติไคกำลังสอง (Chi-Square) ในการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ประสบการณ์ในการซื้อประกันวินาศภัยออนไลน์มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี

ข้อมูลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติสามารถอธิบายได้ดังนี้ (ดังตาราง 1) การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ตัวแปรอิสระการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในเรื่องช่วงระยะเวลาใดของวันที่ใช้ในการหาข้อมูล หรือทำการซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ และความถี่ในการหาข้อมูลแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ตัวแปรอิสระการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค ด้านการรับรู้ว่ายากต่อการใช้งานที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในเรื่องเหตุผลที่ทำให้เลือกทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ รูปแบบวิธีการชำระเงิน และความถี่ในการหาข้อมูลแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ตัวแปรอิสระความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในเรื่องเหตุผลที่ทำให้เลือกทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ และรูปแบบของกรมธรรม์แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 4 การรับรู้ในราคากรมธรรม์ประกันภัยที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในเรื่องเหตุผลที่ทำให้เลือกทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ ความถี่ในการหาข้อมูลแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 5 การรับรู้ในคุณภาพของการบริการที่ได้รับที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในเรื่องเหตุผลที่ทำให้เลือกทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ ช่วงระยะเวลาใดของวันที่ใช้ในการหาข้อมูล หรือทำการซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์และความถี่ในการหาข้อมูลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 การรับรู้ในความเสี่ยงของการทำประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในเรื่องรูปแบบของกรมธรรม์และความถี่ในการหาข้อมูลแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	ผลการศึกษา
1	การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้	พฤติกรรมของผู้บริโภค	พบความแตกต่าง
2	การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคด้านการรับรู้ว่ายากต่อการใช้งาน	พฤติกรรมของผู้บริโภค	พบความแตกต่าง
3	ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ	พฤติกรรมของผู้บริโภค	พบความแตกต่าง
4	การรับรู้ในราคากรมธรรม์ประกันภัย	พฤติกรรมของผู้บริโภค	พบความแตกต่าง
5	การรับรู้ในคุณภาพของการบริการ	พฤติกรรมของผู้บริโภค	พบความแตกต่าง
6	การรับรู้ในความเสี่ยง	พฤติกรรมของผู้บริโภค	พบความแตกต่าง

อภิปรายผล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ และด้านการรับรู้ว่ายากต่อการใช้งานที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในประเด็นเช่น ความถี่ในการหาข้อมูล เหตุผลที่ทำให้เลือกทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์

และช่วงระยะเวลาที่เลือกทำประกันวินาศภัยออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Wang, Lin, & Tang (2003) ที่ได้ทำการศึกษาตัวกำหนดพฤติกรรมการใช้งานธนาคารผ่านระบบออนไลน์ Kamarulzaman (2007) ที่ได้ทำการศึกษาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ การท่องเที่ยวในประเทศ อังกฤษ และ Amin (2007) ที่ทำการศึกษาการใช้งานเครดิตการ์ดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากการที่กล่าวมา การศึกษาทั้งหมดพบว่า TAM มีส่วนสำคัญที่ไปกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมหรือการตัดสินใจในการใช้งาน ซึ่งจะมี ความแตกต่างกันไปตามระดับของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน นอกจากนี้ พบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี หรือ (TAM: Technological Acceptance Model) ของ Davis (1989) และ Davis, Bagozzi, Warshaw (1989) ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ และพฤติกรรมตลอดจนทัศนคติของ ผู้ใช้งานที่มีต่อระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ผู้ใช้งานที่มีการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ในระดับสูง จะมี แนวโน้มที่เกิดความเชื่อมั่นในระบบทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ที่มีความถี่บ่อยครั้งกว่า และมีความต่อเนื่อง ขณะที่ผู้ใช้งานที่มีการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ในระดับต่ำ จะเกิดทัศนคติ ความคิดเห็นที่ทำให้มองถึงการทำ ประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ ไม่มีความจำเป็นหรือประโยชน์ต่อตนเอง ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะ เลือกรูปแบบประกันในช่องทางเดิมและไม่เกิดการใช้งานผ่านระบบออนไลน์พฤติกรรมในการทำประกันวินาศภัย ผ่านระบบออนไลน์จึงอาจเกิดขึ้นเล็กน้อยหรือไม่เกิดขึ้น

ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ที่แตกต่างกัน จะมี พฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ ในประเด็นเช่น ความถี่ในการ หาข้อมูล เหตุผลที่ทำให้เลือกทำประกันวินาศภัยรถยนต์ในระบบออนไลน์ และช่วงระยะเวลาที่เลือกทำประกัน วินาศภัยออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ McKnight & Choudhury (2006) ที่ได้ ทำการศึกษา ความคลางแคลงใจ และความไว้วางใจในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C (ระหว่างองค์กร และ ลูกค้า) พบว่าความไว้วางใจ ส่งผลต่อความไม่เต็มใจที่จะซื้อหรือพฤติกรรมการซื้อให้มีความแตกต่างกัน นอกจากนี้พบว่ายังสอดคล้องกับ Jarvenpaa & Tractinsky (1999) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจของลูกค้าใน ร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูง โดยที่แรงจูงใจมี ความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตั้งใจที่จะซื้อ แสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจก่อให้เกิดแรงจูงใจจนนำไปสู่ความ ตั้งใจซื้อสินค้าของลูกค้า ดังนั้นความไว้วางใจที่ผู้ใช้งานมีนั้นจะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจหรือพฤติกรรมที่ แตกต่างกัน โดยความไว้วางใจในทางทฤษฎีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือความตั้งใจ ซื้อ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีความไว้วางใจในระบบการประกันวินาศภัยออนไลน์ระดับสูงจะมีแนวโน้มที่นำไปสู่ พฤติกรรมการซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ออนไลน์ที่มากกว่ากลุ่มที่มีความไว้วางใจในระดับต่ำ

ราคากรมธรรม์ประกันภัยที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการทำประกันวินาศภัย รถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในประเด็นเช่น ความถี่ในการหาข้อมูล เหตุผลที่ทำให้เลือกทำประกันวินาศภัยรถยนต์ ในระบบออนไลน์ และช่วงระยะเวลาที่เลือกทำประกันวินาศภัยออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Kotler (2000) ที่กล่าวว่าในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคาเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่ได้รับ กล่าวคือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะ สูงด้วย ทำให้มีภาพหรือความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการที่ได้รับจะสูงด้วย แต่ผลที่ตามมาคือ บริการต้องมี คุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ในขณะที่การตั้งราคาต่ำลูกค้าจะมีความคิดน่าจะได้รับการบริการที่มี

คุณภาพน้อยลงไปด้วย ซึ่งถ้าต่ำมาก ๆ ลูกค้าอาจจะไม่ใช้บริการได้ เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อบริการที่จะได้รับ ดังนั้นสรุปได้ว่าการที่ลูกค้ามีการรับรู้ในราคาของการทำธุรกรรมประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อระดับทัศนคติให้เกิดความคิดเห็นที่แตกต่างถึงคุณภาพของการทำประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ และไปกระทบต่อพฤติกรรม และการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ออนไลน์ให้แตกต่างกันไปตามการรับรู้ด้านราคา

คุณภาพของการบริการที่ได้รับที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในประเด็นเช่น ความถี่ในการหาข้อมูล รูปแบบของธุรกรรม เว็บไซต์ หรือบริษัทที่ทำการซื้อประกันวินาศภัยออนไลน์ และช่วงระยะเวลาที่เลือกทำประกันวินาศภัยออนไลน์ แตกต่างกันสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al (1985, 1988 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546) โดยคุณภาพบริการตามแนวคิดของ Parasuraman เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อมส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ และนักวิชาการ (Kotler, 2000) ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการสร้างคุณภาพการบริการ ให้เท่ากับหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามถ้าการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะพอใจและกลับมาใช้บริการอีก ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าการรับรู้คุณภาพที่ต่างกัน จะส่งผลต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้ใช้งานและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อหรือพฤติกรรมในการซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ออนไลน์ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้คุณภาพการบริการสูงจะมีความเชื่อมั่น และทัศนคติเชิงบวกต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ ทำให้เกิดพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ออนไลน์ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่รับรู้คุณภาพการบริการในระดับต่ำ จะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นที่นำไปสู่ความสนใจในประกันวินาศภัยรถยนต์ออนไลน์ซึ่งไปกระทบต่อพฤติกรรมซื้อและการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัยออนไลน์ให้เกิดขึ้นในระดับต่ำหรืออาจไม่เกิดขึ้น

ความเสี่ยงของการทำประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ผ่านระบบออนไลน์ในประเด็น เช่น เหตุผลที่ทำให้เลือกทำประกันวินาศภัยรถยนต์ในระบบออนไลน์ รูปแบบของธุรกรรม ช่วงระยะเวลาที่เลือกทำประกันวินาศภัยออนไลน์ รูปแบบวิธีการชำระเงิน และความถี่ในการหาข้อมูล แตกต่างกัน พบว่ามีความสอดคล้องกับ Cunningham, Gerlach, Harper & Young (2005) ได้ทำการศึกษาความเสี่ยง และกระบวนการซื้อของผู้บริโภค โดยการศึกษา พบว่า ความเสี่ยงจากการใช้อินเตอร์เน็ตจะมีผลกระทบต่อระดับการใช้งานทางอินเตอร์เน็ต นอกจากนี้พบว่าสอดคล้องกับ Zhao, Hanmer-Lloyd, Ward & Goode (2008) ได้ทำการศึกษาความเสี่ยง และการใช้บริการธนาคารผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของผู้บริโภคชาวจีน ผลการศึกษาพบว่าแนวคิดของความเสี่ยงคือปัจจัยที่สามารถอธิบายได้ว่าส่งผลให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดการตัดสินใจใช้งานธนาคารผ่านระบบอินเตอร์เน็ต และ Aldas-Manzano, Lassala-Navarre, Ruiz-Mafe & Sanz-Blas (2009) ที่ได้ทำการศึกษาวัฒนธรรมผู้บริโภค และความเสี่ยงในการใช้ธนาคารผ่านระบบออนไลน์ ผล

การศึกษาพบว่า ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการใช้งานธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงในระดับมาก จะทำให้การใช้งานธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตลดลง แต่หากการรับรู้ความเสี่ยงมีในระดับต่ำ การใช้งานจะเพิ่มมากขึ้นสวนทางกัน ดังนั้นสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความเสี่ยงสูงจะส่งผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ที่ลดน้อยลง เพราะเกรงว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะกระทบต่อตนเอง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีความเสี่ยงในระดับต่ำ จะมีความเชื่อมั่นในการทำประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นสวนทางกับความเสี่ยงที่รับรู้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรม หรือการตัดสินใจซื้อประกันวินาศภัยรถยนต์ออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ และการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน มีผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้งาน ดังนั้นองค์กรหรือบริษัทประกันภัยควรที่จะสร้างและกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายของตนเกิดการรับรู้ประโยชน์ในการเปลี่ยนรูปแบบการทำประกันภัยมาเป็นผ่านระบบออนไลน์ โดยตรงสนับสนุนด้วยระบบที่เข้าถึงง่ายเพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเพิ่มกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) และกำหนดวิสัยทัศน์ในการนำ CRM มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ ขณะเดียวกันจะต้องออกแบบระบบเว็บไซต์ให้มีความง่ายในการเข้าถึง การหาข้อมูลและการชำระเงินค่าประกันภัย ซึ่งจะช่วยยกระดับการยอมรับเทคโนโลยีให้สูงขึ้น

2. ความไว้วางใจ และการรับรู้ในความเสี่ยงเป็นประเด็นที่สำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้นองค์กรควรที่จะต้องสร้างความไว้วางใจ โดยใช้เครื่องมือที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น เครื่องหมาย Trust Web หรือระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและรับทราบถึงความปลอดภัยของการทำประกันภัยในรูปแบบผ่านระบบออนไลน์เพื่อสร้างความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นในขณะเดียวกันเป็นการลดการรับรู้ในความเสี่ยงไปพร้อมๆ กัน

3. ราคากรมธรรม์ประกันภัย ควรที่จะกำหนดโดยอาศัยความสอดคล้องกับราคาที่เป็นธรรม ตลอดจนการเปรียบเทียบกับคุณภาพที่องค์กรนำเสนอและราคาในตลาดเพื่อที่จะสร้างราคาที่มีความเหมาะสมและนำไปสู่การตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการทำประกันวินาศภัยรถยนต์ในรูปแบบออฟไลน์และเป็นออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถบริหารจัดการเว็บไซต์และเครื่องมือในการนำเสนอการบริการออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. 2552. พฤติกรรมผู้ซื้อออนไลน์. เข้าถึงได้จาก : <http://www.bangkokbiznews.com/home/>
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริการการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.

Zikmund, W.G. 2003. **Business Research Methods**, (7th edn). Ohio : Thompson South-Western.

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความรู้กับสมรรถนะหลักและประสิทธิภาพ

การปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด

THE RELATIONSHIP BETWEEN KNOWLEDGE MANAGEMENT, CORE COMPETENCY AND PERFORMANCE EFFICIENCY OF EMPLOYEE IN THE MALL GROUP COMPANY LIMITED

อภินันท์ ภูษินเงิน

นักศึกษาลัทธิสุตรหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะของการจัดการความรู้ สมรรถนะหลัก และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดการความรู้กับสมรรถนะหลักของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสมรรถนะหลักและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด ประชากรในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 5675 คน ซึ่งบุคลากรที่ปฏิบัติงานในบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ตามจำนวนบุคลากรของบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ หาค่าความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test สถิติ F-test การทดสอบแบบ เชฟเฟ (Scheffe') และ Pearson Correlation Co-efficient ผลการวิจัย มีดังต่อไปนี้ 1) บุคลากรที่มีเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อสมรรถนะหลัก โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 บุคลากรที่มีอายุ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อสมรรถนะหลัก โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 2) การจัดการความรู้โดยรวม มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3) สมรรถนะหลักโดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีนัยสำคัญของความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการจัดการความรู้และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด ตามลำดับ

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, สมรรถนะ, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ABSTRACT

The purposes of this study were to: 1) study the characteristics of knowledge management, competencies and efficiency of personnel job performance at the Mall Group Co., Ltd.; 2) study the relationship between knowledge management and competencies of personnel job performance at the Mall Group Co., Ltd. and; 3) study the relationship between core competencies and personnel job performance at the Mall Group Co., Ltd. The populations of the study were 5675 office workers of the Mall Group Co., Ltd. The samples used in this study consisted of 400 samples selected by using Proportional Stratified Random Sampling Technique from the population those who work at the Mall Group Co., Ltd. The statistics used to analyze the data in this study were frequency, percentage, means, standard deviation statistics, t-test statistic, F-test, Scheffe test and Pearson Correlation Co-efficient, questionnaire used as a research instrument. Findings were as follows: 1) There were no significant statistical difference affect on core competencies by the different personnel sex and education, statistically significant at the 0.05 level while the different personnel age, status, tenure and the average revenue per month were difference affect on core competencies, statistically significant at the 0.01 level. 2) The overall knowledge management correlated with the core competencies of its personnel at the Mall Group Co., statistically significant at the 0.01 level. 3) The overall core competencies correlated with the personnel job performance at the Mall Group Co., statistically significant at the 0.01 level. There was a significantly positive relationship between knowledge management and competencies affected the personnel job performance at the Mall Group Co., respectively.

KEYWORDS: knowledge management, competencies, personnel job performance

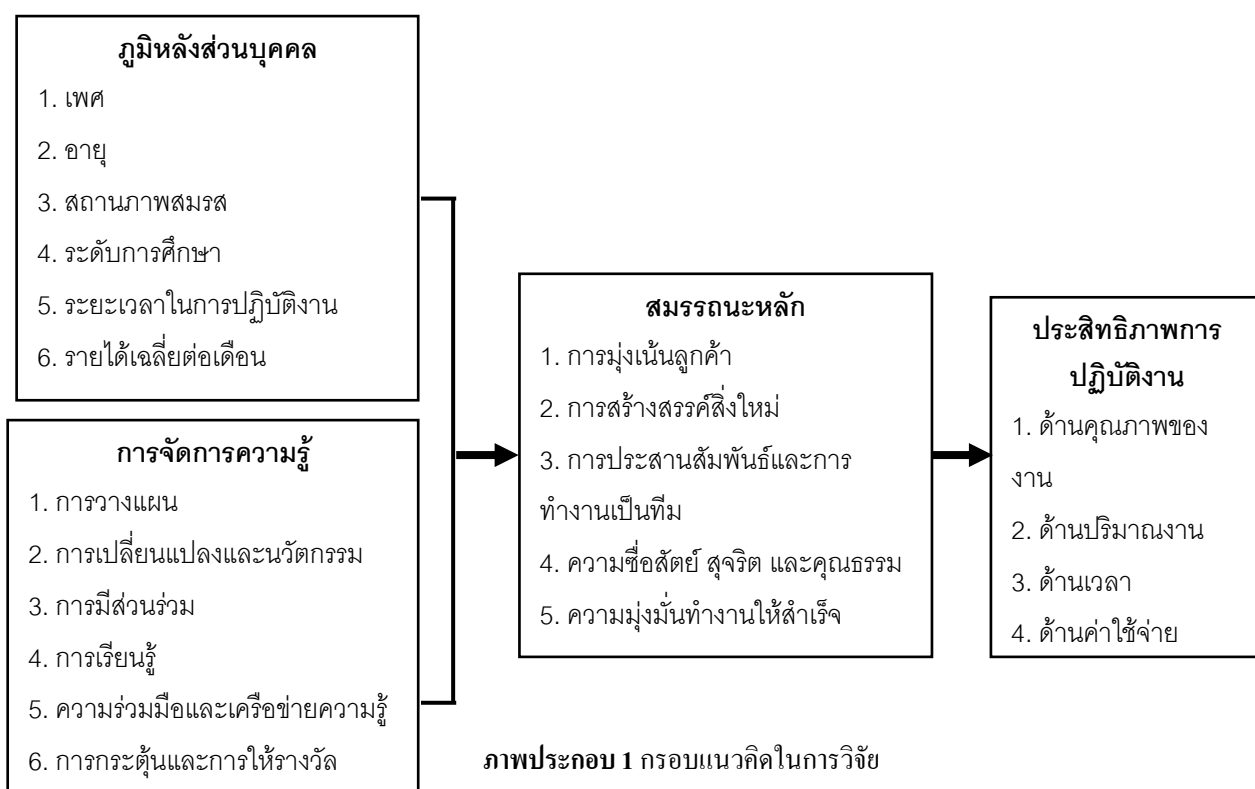
บทนำ

พลวัตการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ก่อให้เกิดโอกาสและภัยคุกคามที่เกิดขึ้นภายใต้การแข่งขันทางด้านการธุรกิจที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2553) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกประเภท การดำเนินธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการรองรับกับความต้องการของประเทศไทยในอันที่จะก้าวไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้และการแข่งขันในโลกเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปฏิบัติงานทุกประเภท สร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจ อีกทั้งเป็นทรัพยากรที่คู่แข่งเลียนแบบได้ยาก ดังนั้นธุรกิจที่สามารถบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จ และสามารถพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรระดับแนวหน้าได้ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์จัดเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งจะเห็นได้จากกรอบวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศไทยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ซึ่งยึด “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 และการให้ความสำคัญของการพัฒนาประเทศโดย

แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง (จิตพงศ์ ส.นันทนาเนตร, 2544) เช่นเดียวกันกับในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ที่ประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบท ทั้งที่เป็นโอกาส และข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศ จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมของคน และระบบให้สามารถปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และแสวงหาประโยชน์อย่างรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์ (การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10, 2550)

องค์การที่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้ประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมาย และวิสัยทัศน์นั้นสิ่งสำคัญคือการมีบุคลากรที่มีความสามารถที่เหมาะสมกับงาน (วรพงศ์ศิริ ทรงสิล, 2550) ซึ่งในการปฏิบัติงานนั้นบุคลากรก็จะต้องมีความสามารถในงาน (Technical Competency) คือ มีความรู้ความสามารถเฉพาะในงานนั้นๆ และมีความสามารถในการบริหารจัดการ (Managerial Competency) ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้สามารถบริหารจัดการงานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี ประสิทธิภาพสำเร็จ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ คือ การที่ทรัพยากรบุคคลมีความสามารถที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และการดำเนินธุรกิจขององค์กร เนื่องจากว่าคนเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะเป็นแหล่งความรู้และเรียนรู้ปัจจัยต่างๆ ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร แล้วนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง งาน และองค์กรได้ ดังนั้น คนที่มีความรู้จึงถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นทุนขององค์กร (จิตราภรณ์ ทองไทย, 2552) จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความรู้กับสมรรถนะหลักและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด โดยในการศึกษาครั้งนี้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์บนพื้นฐานหลักการจัดการความรู้ จัดความสามารถ (Competency-based Management) ที่สอดคล้องกับบริบทของบริษั เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของการจัดการความรู้ สมรรถนะหลัก และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดการความรู้กับสมรรถนะหลักของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสมรรถนะหลักและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

1. บุคลากรที่มีภูมิหลังส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อสมรรถนะหลักแตกต่างกัน
2. การจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด
3. สมรรถนะหลักของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ สมรรถนะหลัก และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานรายละเอียดมีดังนี้ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ Davenport and Prusak (1998) กล่าวว่า การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรทางความรู้ขององค์กร โดยพิจารณาจากจุดมุ่งหมายขององค์กร ความรู้ที่นำมาจัดการนั้นประกอบด้วย ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) และความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ขณะที่ O'Dell and Grayson (1999) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์ในการที่จะทำให้คนได้รับความรู้ที่ต้องการภายในเวลาที่เหมาะสม รวมทั้งช่วยทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและนำความรู้ไปปฏิบัติ เพื่อยกระดับและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร ทางด้านนักวิชาการของไทย พรชิตา วิเชียรปัญญา (2547) กล่าวว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล เพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้ แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะหลัก McClelland (1973) กล่าวว่า สมรรถนะคือ องค์กรประกอบ (Cluster) ของความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) หรือกลุ่มของความสามารถที่ซ่อนอยู่ภายในปัจเจกบุคคลซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานที่ตนรับผิดชอบภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์กร และทำให้บุคคลมุ่งมั่นไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยมีความสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2547) ที่กล่าวว่า สมรรถนะ คือ กลุ่มของความรู้ ความสามารถ ทักษะ ตลอดจนทัศนคติที่จำเป็นในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล คุณลักษณะของบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมและผลของการปฏิบัติงาน ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ส่วนหนึ่งประกอบขึ้นจาก ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ทัศนคติ บุคลิกภาพ ค่านิยมของบุคคลหรือพฤติกรรมของผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานยอดเยี่ยมในงานหนึ่ง ๆ แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน Simon (1960 อ้างถึงใน ธวัชชัย เมฆกระจาย, 2547) กล่าวถึงประสิทธิภาพว่า งานใดจะมี

ประสิทธิภาพสูงสุดนั้น ให้ออกจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับออกมา โดยประสิทธิภาพจะเท่ากับผลผลิตด้วยปัจจัยนำเข้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Gibson and Others (1988 อ้างถึงใน สมใจ ลักษณะ, 2547) ที่กล่าวว่าประสิทธิภาพ หมายถึง อัตราส่วนของผลผลิตต่อปัจจัย (Ratio of output to inputs) การวัดประสิทธิภาพจะวัดจากตัวบ่งชี้หลายตัวประกอบด้วยกัน เช่น 1) อัตราการตอบแทน (Rate or return) ในเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่เป็นทุน 2) ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยผลผลิต (Unit cost) 3) อัตราสูญเสียเงินเปลี่ยนในการใช้ทรัพยากร และ 4) อัตราส่วนของผลกำไรต่อค่าใช้จ่ายในการลงทุน ทางด้านนักวิชาการของไทยเช่น วิรัช วิรัชนิการวรรณ (2531) ได้ให้ความเห็นว่า ประสิทธิภาพของการบริหารงานจะเป็นเครื่องชี้ความเจริญก้าวหน้าหรือความล้มเหลวขององค์การ งานที่สำคัญที่สุดของผู้บริหารก็คืองานในหน้าที่ของการบริหาร ซึ่งจะเป็นสากลไม่ว่าองค์การนั้นจะมีขนาดใหญ่หรือเล็ก ผู้บริหารที่ชาญฉลาดจะต้องเลือกการบริหารที่เหมาะสมกับองค์การของตนเองในสถานการณ์นั้นๆ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การมากที่สุด สอดคล้องกับดินปรัชญาพทุทธิ และไกรยุทธ ชีรตยาคินันท์ (2534) พบว่า ความหมายของ “ประสิทธิภาพ” อาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1) ประสิทธิภาพจากแง่มุมของค่าใช้จ่าย (Input cost of allocative efficiency) หมายถึง การใช้ต้นทุนกว่าผลลัพธ์ หรือการใช้ต้นทุนอย่างคุ้มค่า หรือการทำให้มากขึ้น โดยมีการสูญเสียน้อยลง 2) ประสิทธิภาพจากแง่มุมของกระบวนการบริหาร (Process efficiency) หมายถึง การทำงานด้วยวิธีการหรือเทคนิคที่สะดวกสบายกว่าเดิม หรือทำงานด้วยความรวดเร็ว หรือการทำงานที่ถูกต้องตามระบบและขั้นตอนของทางราชการ และ 3) ประสิทธิภาพจากแง่มุมของผลลัพธ์ (Output efficiency) หมายถึง การทำงานที่มีผลกำไรการทำงานให้ทันเวลา หรือการทำงานอย่างมีคุณภาพ หรือการสร้างความปลอดภัยให้เกิดขึ้นในบรรดาข้าราชการด้วยกันหรือการทำงานให้สัมฤทธิ์ผล

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด จำนวน 400 คน โดยพิจารณาจากสูตรของทาโร ยามาเน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) กำหนดให้มีความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย จำนวน 5 ส่วน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ หาค่าความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test สถิติ F-test การทดสอบแบบ เชฟเฟ (Scheffe') และ Pearson Correlation Co-efficient

ตาราง 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สาขา	ตำแหน่งงาน											
	พนักงาน		เจ้าหน้าที่		หัวหน้าแผนก		ผช.ผู้จัดการแผนก		ผู้จัดการแผนก		รวม	
	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง
1. รามคำแหง	556	39	45	3	102	8	0	0	48	3	751	53
2. ท่าพระ	495	35	46	3	83	6	3	1	37	2	664	47
3. งามวงศ์วาน	605	43	67	5	85	6	3	1	45	3	805	58
4. บางแค	560	39	55	4	76	5	3	1	38	2	732	51
5. บางกะปิ	645	45	65	5	85	6	1	0	38	2	834	58
6. The Emporium	548	39	48	3	87	6	2	0	55	4	740	52
7. นครราชสีมา	472	33	39	3	76	5	0	0	39	3	626	44
8. พารากอน	410	29	0	0	58	4	1	0	54	4	523	37
รวม	4291	302	365	26	652	46	13	3	354	23	5675	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่มีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาในงานวิจัยนี้และมีการนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมนั้นมาต่อยอดเพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามสำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งได้ตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยได้ค่าคะแนน IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะเช่น “องค์การสามารถปรับเปลี่ยนแผนงานด้านการจัดการความรู้ไปตามสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง (เช่น นโยบายของรัฐบาล ความต้องการของลูกค้า ฯลฯ)” ปรับปรุงเป็น “เดอะมอลล์สามารถปรับเปลี่ยนแผนงานด้านการจัดการความรู้ไปตามสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง (เช่น นโยบายของรัฐบาล ความต้องการของลูกค้า ฯลฯ)” และนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient: α) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538) ผลการหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่าเท่ากับ 0.979 และค่าความเชื่อมั่นของการจัดการความรู้สมรรถนะหลัก และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม และรายด้านย่อย มีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภูมิหลังส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ได้แก่ การวางแผน การเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม การมีส่วนร่วม การเรียนรู้ ความร่วมมือและเครือข่ายความรู้ การกระตุ้นและการให้รางวัล ค้นคว้าจากตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยของ ธิดา จุลินทร (2549), ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2548), Keyser (2004) โดยนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของจิตรภรณ์ ทองไทย (2552) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับสมรรถนะหลัก ได้แก่ การมุ่งเน้นลูกค้า การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ การประสานสัมพันธ์ และการทำงานเป็นทีม ความซื่อสัตย์ สุจริต และคุณธรรม และความมุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ โดยแบบสอบถาม

สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะของ David McClelland (1973), Spencer, L. M. & Spencer, S. M. (1993), เดชา เตชะวัฒนไพศาล (2545) และพลุ เตชะรินทร์ (2546) ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ได้แก่ คุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลา และค่าใช้จ่ายโดยแบบสอบถามสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ Petersen & Plowman (1953) ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จำนวนทั้งสิ้น 77 ข้อ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไป 460 ชุด เพื่อป้องกันข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 460 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ และได้คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเพียง 400 คน

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานในบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 โดยมีอายุต่ำสุด 19 ปี สูงสุด 58 ปี และมีอายุเฉลี่ย 33.73 ปี มีสถานภาพโสด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 7 ปีขึ้นไป จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า บุคลากรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีความคิดเห็นในด้านการวางแผนมากที่สุด ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมา มีความคิดเห็นในด้านความร่วมมือและเครือข่ายความรู้ ($\bar{X} = 3.87$) และด้านการกระตุ้นและการให้รางวัล ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้

การจัดการความรู้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการวางแผน	3.91	0.60	มาก
2. ด้านการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม	3.77	0.68	มาก
3. ด้านการมีส่วนร่วม	3.74	0.71	มาก
4. ด้านการเรียนรู้	3.78	0.73	มาก
5. ด้านความร่วมมือและเครือข่ายความรู้	3.87	0.72	มาก
6. ด้านการกระตุ้นและการให้รางวัล	3.82	0.81	มาก
รวม	3.82	0.62	มาก

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะหลัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า บุคลากรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นในด้านการมุ่งเน้นลูกค้ามากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา มีความคิดเห็นในด้านความมุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ และด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ($\bar{X} = 3.92$ และ 3.91) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะหลัก

สมรรถนะหลัก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	4.06	0.69	มาก
2. ด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่	3.91	0.66	มาก
3. ด้านการประสานสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม	3.75	0.76	มาก
4. ด้านความซื่อสัตย์ สุจริตและคุณธรรม	3.73	0.70	มาก
5. ด้านความมุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ	3.92	0.59	มาก
รวม	3.88	0.57	มาก

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า บุคลากรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีความคิดเห็นในด้านค่าใช้จ่ายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมามีความคิดเห็นในด้านเวลา ($\bar{X} = 4.03$) และด้านประมาณงาน ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพของงาน	3.93	0.64	มาก
2. ด้านประมาณงาน	3.97	0.62	มาก
3. ด้านเวลา	4.03	0.67	มาก
4. ด้านค่าใช้จ่าย	4.15	0.69	มาก
รวม	4.02	0.56	มาก

การจัดการความรู้ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด โดยรวม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.925 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ในด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ด้านการประสานสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม ด้านความซื่อสัตย์ สุจริต และคุณธรรม และ ด้านความมุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.690, 0.718, 0.899, 0.903 และ 0.621 ตามลำดับ นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง, สูง, สูง, สูง และปานกลาง ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความรู้กับสมรรถนะหลักของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด

การจัดการความรู้	สมรรถนะหลัก											
	ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า		ด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่		ด้านการประสานสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม		ด้านการประสานสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม		ด้านความมุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ		รวม	
					R	Sig	R	Sig	r	Sig		
1. ด้านการวางแผน	0.566	0.000**	0.570	0.000**	0.772	0.000**	0.722	0.000**	0.480	0.000**	0.752	0.000**
2. ด้านการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม	0.569	0.000**	0.581	0.000**	0.894	0.000**	0.752	0.000**	0.551	0.000**	0.811	0.000**
3. ด้านการมีส่วนร่วม	0.594	0.000**	0.635	0.000**	0.923	0.000**	0.919	0.000**	0.538	0.000**	0.875	0.000**
4. ด้านการเรียนรู้	0.654	0.000**	0.661	0.000**	0.776	0.000**	0.883	0.000**	0.542	0.000**	0.849	0.000**
5. ด้านความร่วมมือและเครือข่ายความรู้	0.637	0.000**	0.701	0.000**	0.718	0.000**	0.789	0.000**	0.572	0.000**	0.822	0.000**
6. ด้านการกระตุ้นและการให้รางวัล	0.614	0.000**	0.629	0.000**	0.683	0.000**	0.702	0.000**	0.583	0.000**	0.771	0.000**
รวม	0.690	0.000**	0.718	0.000**	0.899	0.000**	0.903	0.000**	0.621	0.000**	0.925	0.000**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมรรถนะหลัก โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด โดยรวม โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.748 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.611, 0.688, 0.679 และ 0.599 ตามลำดับ นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง, ปานกลาง, ปานกลาง และปานกลาง ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักของบุคลากรกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด

สมรรถนะหลัก	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน									
	ด้านคุณภาพของงาน		ด้านปริมาณงาน		ด้านเวลา		ด้านค่าใช้จ่าย		รวม	
	r	Sig	r	Sig	r	Sig	r	Sig		
1. ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	0.455	0.000**	0.547	0.000**	0.558	0.000**	0.523	0.000**	0.605	0.000**
2. ด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่	0.585	0.000**	0.630	0.000**	0.611	0.000**	0.543	0.000**	0.687	0.000**
3. ด้านการประสานสัมพันธ์และการทำงาน เป็นทีม	0.475	0.000**	0.529	0.000**	0.518	0.000**	0.427	0.000**	0.565	0.000**
4. ด้านความซื่อสัตย์ สุจริตและคุณธรรม	0.445	0.000**	0.537	0.000**	0.585	0.000**	0.465	0.000**	0.590	0.000**
5. ด้านความมุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ	0.620	0.000**	0.655	0.000**	0.574	0.000**	0.569	0.000**	0.700	0.000**
รวม	0.611	0.000**	0.688	0.000**	0.679	0.000**	0.599	0.000**	0.748	0.000**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภูมิหลังส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อสมรรถนะหลัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐาน แต่ เพศและระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อสมรรถนะหลัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การจัดการความรู้ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และพบว่าสมรรถนะหลัก โดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

1) ลักษณะภูมิหลังส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า พบว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานในบริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-35 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 19 ปี สูงสุด 58 ปี โดยบุคลากรที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสมรรถนะหลักมากกว่าบุคลากรที่มีอายุ 25-35 ปี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบุคลากรที่มีอายุมาก จะเป็นผู้ที่มีการประสบการณ์ในการทำงานสูง สามารถแก้ไขปัญหาได้ดี มีความชำนาญมากกว่า นอกจากนี้ผู้ที่อายุมากกว่า ย่อมปฏิบัติงานมานานทำให้มีการประสานงานหรือทำงานเป็นทีมได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภมิตร พินิจการ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพการทำงาน ของนักบัญชีกรมสรรพสามิต พบว่า นักบัญชีกรมสรรพสามิตที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสมรรถนะหลัก ด้านจริยธรรม แตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 7 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

2) การจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมื่อผู้บริหารมีการจัดการควบคุมระบบการทำงานได้เป็นอย่างดี ตลอดจนมีการจัดการองค์การที่ดีไม่ว่าจะเป็นการมอบหมายงานให้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ มีการกำหนดความรับผิดชอบของงานไว้อย่างชัดเจน ครบถ้วน และยังมีการสื่อสาร ประสานงาน และอธิบายวัตถุประสงค์ของการทำงาน และการกำหนดนโยบายและระเบียบวิธีในการปฏิบัติงานให้บุคลากรได้ทราบอย่างทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิจารณ์ พานิช (2546) ที่กล่าวว่า การจัดการความรู้ เป็นเรื่องของ การเพิ่มประสิทธิผลขององค์การ การจัดการความรู้เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาและความสำเร็จให้แก่องค์กร การประเมินต้นทุนทางปัญญา (Intellectual Capital)

3) สมรรถนะหลัก มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการมุ่งเน้นที่จะดูแลให้บริการด้วยความเต็มใจและช่วยแก้ไขปัญหาแก่ผู้รับบริการ ให้ได้รับความพึงพอใจและใช้ความพยายามชักจูงผู้ร่วมงานให้มีจิตสำนึกและมีพฤติกรรมเต็มใจให้บริการได้อย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน พร้อมกับได้รับขวัญและกำลังใจที่จะทำให้เกิดความกระตือรือร้นและตั้งใจที่จะปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถ อีกทั้งการมุ่งเน้นในการปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดอีกทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิธีการทำงานให้ได้ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นสร้างกลยุทธ์ในการบริหารจัดการให้ได้ผลงานที่โดดเด่น ตลอดจนตัดสินใจและเลือกใช้วิธีการที่ดีที่สุด เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้การให้ความร่วมมือในการทำงานกับเพื่อนร่วมงานโดยมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยไมตรีที่ดีให้ความสำคัญกับการสนับสนุนและช่วยเหลืองานของเพื่อนร่วมทีม โดยประยุกต์ข้อมูลและวิธีการแก้ไขปัญหาให้งานประสบความสำเร็จส่งผลให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพดีได้เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือสร้างความพึงพอใจแก่เพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องอื่น ตลอดจน

การมุ่งเน้นในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส และมีคุณธรรม ถูกต้องตามหลักกฎหมายและระเบียบจรรยาบรรณของวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2547) ที่กล่าวว่า สมรรถนะ คือ กลุ่มของความรู้ ความสามารถ ทักษะ ตลอดจนทัศนคติที่จำเป็นในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภมิตร พินิจการ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีกรมสรรพสามิต พบว่า (1) สมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน โดยรวม ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร และด้านความพอใจของทุกฝ่าย (2) สมรรถนะหลัก ด้านการทำงานเป็นทีม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน ด้านความพอใจของทุกฝ่าย (3) สมรรถนะหลัก ด้านบริการที่ดี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการบรรลุเป้าหมาย ความสำเร็จและด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (4) สมรรถนะหลัก ด้านความใฝ่รู้ อย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (5) สมรรถนะหลัก ด้านจริยธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร และด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (6) สมรรถนะหลัก ด้านความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน ด้านกระบวนการปฏิบัติงานและด้านความพอใจของทุกฝ่าย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

ในด้านการจัดการความรู้ เพื่อให้บุคลากรสามารถนำเอาความรู้ ความสามารถไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่องค์การมากยิ่งขึ้น องค์กรควรมีการวางแผนงานด้านการจัดการ กระตุ้นให้บุคลากรเกิดความรู้สึกร่วมในความสำเร็จและความท้าทายจากการทำงาน ควรมอบอำนาจในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้พนักงานได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ นอกจากนั้นยังทำให้พนักงานมีความรู้สึภาคภูมิใจในงานที่ปฏิบัติอีกด้วย ซึ่งอาจจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ในด้านสมรรถนะหลัก เพื่อจะช่วยส่งเสริมให้บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ บุคลากรควรมีความคิดเห็นในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้เข้าใจตรงกันว่าลูกค้าต้องการอะไร

ในด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน หากต้องการให้ประสิทธิภาพของบุคคลในการทำงาน มุ่งไปที่ผลสำเร็จหรือผลสัมฤทธิ์ และความถูกต้อง ซึ่งผลสำเร็จนั้นเกิดขึ้นจากใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด และประหยัดเวลา ทรัพยากรแรงงาน และรวมทั้งสิ่งต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการนั้นๆ แล้วมีการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยนำเข้ากับผลผลิต เพื่อให้ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และเกิดผลผลิตสูง รวมทั้งควรมีการวางแผนในการนำเรื่องการปฏิบัติงานให้เกิดคุณภาพที่ดี โดยสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคลากร รวมถึงสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและผลงานเป็นที่พอใจของหัวหน้างาน ซึ่งอาจจะให้มีการอบรมสัมมนา การศึกษาดูงาน เพื่อให้บุคลากรสามารถนำความรู้ความเข้าใจมาใช้ในการปฏิบัติงานให้งานเกิดคุณภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยและความต้องการของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด ที่มีผลต่อสมรรถนะหลัก และความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการต่อสมรรถนะหลัก และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งจะได้นำผลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาสถานะด้านการงานแยกเป็นแผนกต่าง ๆ เพื่อดูว่าควรต้องปรับปรุงหน่วยงานใด หรือพัฒนาหน่วยงานให้ดีขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงปริมาณเกี่ยวกับการจัดการความรู้กับสมรรถนะหลักและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด เพื่อให้ได้รายละเอียดของแต่ละสมรรถนะเพิ่มขึ้น เนื่องจากการศึกษานี้ใช้แบบสอบถามอย่างเดียว อาจมีข้อบกพร่องในบางประเด็นดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรใช้วิธีการอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น การสังเกตการณ์ ร่วมกับการสัมภาษณ์ หรือสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้การศึกษามีเนื้อหาที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- จิตรภรณ์ ทองไทย. 2552. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ในสถาบันอุดมศึกษา: กรณีศึกษา สถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชิดชงค์ ส.นันทนานนตร. 2544. **ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญาและหลักสูตรการศึกษานอกระบบหน่วยที่ 11-15.** นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. 2545. Competency-Based Human Resources Management. วารสารการบริหารคน, 21(4), 11 – 18.
- ดิน ปรัชญพฤต และ ไกรยุทธ ชิตยาคินันท์. 2534. **ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือน.** กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. 2548. การจัดการความรู้. ใน วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, 45(2), 1-24.
- ธิดา จุลินทร. 2549. กระบวนการและปัจจัยความสำเร็จของการจัดการความรู้ในองค์กร: ศูนย์สุขภาพจิตเขต กรมสุขภาพจิต. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พสุ เดชะรินทร์. 2546. **กลยุทธ์ใหม่ในการจัดการ.** กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. 2547. การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ :เอ็กชเปอร์เน็ท.
- วรศักดิ์ศิริ ทรงศีล. 2550. การกำหนดขีดความสามารถหลักและขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการของบุคลากร กรณีศึกษาบริษัท เอ็น เอส เค แบร์ริงส์ แมนูแฟกเจอร์ (ประเทศไทย) จำกัด. สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- วิจารณ์ พานิช. 2546. **การจัดการเครือข่ายวิชาการ**. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
- วิรัช วิรัชนิการวรรณ. 2531. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : แมส พลัทธิซิ่ง.
- ศุภมิตร พินิจการ. 2553. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี
กรมสรรพสามิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2544. **เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และ
พฤติกรรมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: เพื่องฟ้าพรินต์.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. 2553. เมื่อโลกเปลี่ยนโอกาสหรือภัยคุกคามต่อประเทศไทย. **วารสารการเงินธนาคาร**. 333
(มกราคม): 44-48.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2547. **การปรับใช้สมรรถนะในการบริหารทรัพยากรมนุษย์**. เอกสาร
ประกอบการสัมมนา เรื่อง สมรรถนะของข้าราชการ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ฉบับที่ 10**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.nesdb.go.th> วันที่สืบค้น 25 มกราคม 2553.
- Davenport, T. H. & L. Prusak. 1998. **Working Knowledge : How Organization Manage What They Know**.
Boston: Harvard Business School Press.
- Gibson, J. L. & Ivancevich, J. M. (1988). **Organizations: Behavior structure process**. 9th ed. Boston: McGraw-Hill.
- Keyser, R. L. (2004). **Effective Knowledge Management: A Best Practice Blueprint**. Chichester: John
Wiley.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence." **American Psychologist**,
28(1): 1-14.
- Peterson, Emore, and E. Grovenor Plowman. 1953. **Business organization and management - home wood**.
Illionoise: Richard D. Irwin.
- Simon, Herbert A. 1960. **Administrative Behavior**. New York : The McMillen Company.
- Spencer, L.M. & Spencer, S.M. (1993). **Competency at work: Models for Superior Performance**.
New York: John Wiley & Son.

**อิทธิพลในการทำนายปัจจัยคุณลักษณะงาน ลักษณะองค์การ ประสบการณ์การทำงาน
ต่อความผูกพันต่อองค์การ ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี**
**THE INFUENCE OF JOB CHARACTERISTICS, ORGANIZATION
CHARACTERISTICS, WORK EXPERIENCE PREDICTING
ORGANIZATIONAL COMMITMENT
: A CASE STUDY OF BANGKADI INDUSTRIAL PARK**

รุ่งฤทัย ทิพย์ศิริโรจน์

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Email : rungruthait@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพยากรณ์ของปัจจัยคุณลักษณะงาน ลักษณะองค์การ และประสบการณ์การทำงาน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การและประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลที่ปฏิบัติงานอยู่ในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จำนวน 5,270 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 336 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบวัดปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน แบบวัดความผูกพันต่อองค์การและแบบวัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน โดยการแจกแจงความถี่ วิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะงาน ปัจจัยลักษณะองค์การและปัจจัยประสบการณ์การทำงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์การและสามารถร่วมกันทำนายความผูกพันต่อองค์การได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความผูกพันต่อองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ลักษณะงาน ลักษณะองค์การ ประสบการณ์การทำงาน ความผูกพันต่อองค์การ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the predicting of Job characteristics, Organization characteristics and work characteristics including studying the relationships between Organizational commitment and Job performance. Population of this research were employees who work in Bangkadi Industrial Park 5,270 people. Sample of this study were 336 people. Research instruments were questionnaire

of Personal information, Factors affect to organizational commitment scale, Organizational commitment scale and Job performance scale. The research statistics were Percentage, Mean, Standard Deviation, Frequency, One-Way ANOVA, Multiple regression and Pearson Correlation Co-efficient. Results indicated that Job characteristics, Organization characteristics and Work characteristics have positive influence to Organizational Commitment and they can predict Organizational commitment statistically significant. Moreover, organizational commitment correlated to job performance statistically significant.

KEYWORDS : Job Characteristics, Organization Characteristics, Work Characteristics, Organizational Commitment, Job Performance

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นการขยายการค้าหรือการผลิตออกสู่ตลาดใหม่ในต่างประเทศ มีการติดต่ออย่างไร้พรมแดนทั้งด้านภูมิศาสตร์และด้านธุรกิจ ความไร้พรมแดนนี้มีผลทำให้การแข่งขันระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวางทั่วโลกไม่ใช่การแข่งขันกันเพียงในท้องถิ่นอีกต่อไป (สมชาย หิรัญภิตติ, 2542) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์เห็นว่าทรัพยากรมนุษย์มีความพร้อมสามารถที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรสามารถสร้างคุณค่าของระบบการบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสามารถและโอกาสการแข่งขันให้กับองค์กรในการที่จะนำมาใช้ประกอบการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์เพื่อธำรงรักษาและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร เพราะการที่พนักงานผลิตสินค้าและบริการออกมาอย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะเป็นปัจจัยที่สามารถผลักดันให้องค์การประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด (ชัยญา ผลอนันต์, 2546) และการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องสร้างให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพราะผลที่ตามมาจากความผูกพันคือการทำงานอย่างทุ่มเท เต็มใจและพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (พิทยา โกคา, 2552) หากจะวัดว่าพนักงานผูกพันและรักองค์กรเพียงใดนั้น ดูได้จากอัตราการลาออก เพราะหากตัวเลขสูงแสดงถึงว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับต่ำ ความผูกพันต่อองค์กรจะเป็นการลดปัญหาการขาดงาน ไม่มีความคิดที่จะเปลี่ยนหรือย้ายขององค์กรมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมเป็นสมาชิกในองค์กรตลอดไป ลดปัญหาด้านการละทิ้งงาน (Steers และ Porter, 1979)

สืบเนื่องจากปัญหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-ธันวาคม 2554 จากผลกระทบและความเสียหายอย่างรุนแรงที่เกิดขึ้นในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี และโรงงานที่ตั้งอยู่ต่างเสียหายเป็นมูลค่ามหาศาล หรือบางผู้ประกอบการแทบจะสิ้นเนื้อประดาตัวแล้วนั้น พนักงานที่อยู่ในองค์กรมีระดับความผูกพันและระดับความผูกพันต่อองค์กรได้ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติเป็นอย่างไร เพราะหากพนักงานมีความจงรักภักดี รู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เชื่อมมั่นในองค์กรก็จะพร้อมที่ทุ่มเททำงานเพื่อองค์กรอย่างเต็มกำลังความสามารถไม่ละทิ้งองค์กรไป ทำให้การฟื้นฟูให้กลับมาสู่สภาพเดิมโดยพนักงานที่มีความรู้ความสามารถจะใช้เวลาไม่นาน และเพื่อให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีประสิทธิภาพ และองค์กรได้ประโยชน์สูงสุด การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่การศึกษาอิทธิพลในการทำนายปัจจัยคุณลักษณะงาน ลักษณะองค์กร

ประสบการณ์การทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่ปฏิบัติงานในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี ในการใช้เป็นแนวทางเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อที่จะส่งผลต่อการเพิ่มความสามารถการแข่งขันขององค์กรต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.) ศึกษาการพยากรณ์ของปัจจัยคุณลักษณะงาน ลักษณะองค์กร และประสบการณ์การทำงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี
- 2.) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี

3. สมมุติฐานการวิจัย

- 1.) ปัจจัยคุณลักษณะงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร
- 2.) ปัจจัยลักษณะองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร
- 3.) ปัจจัยประสบการณ์การทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร
- 4.) ความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

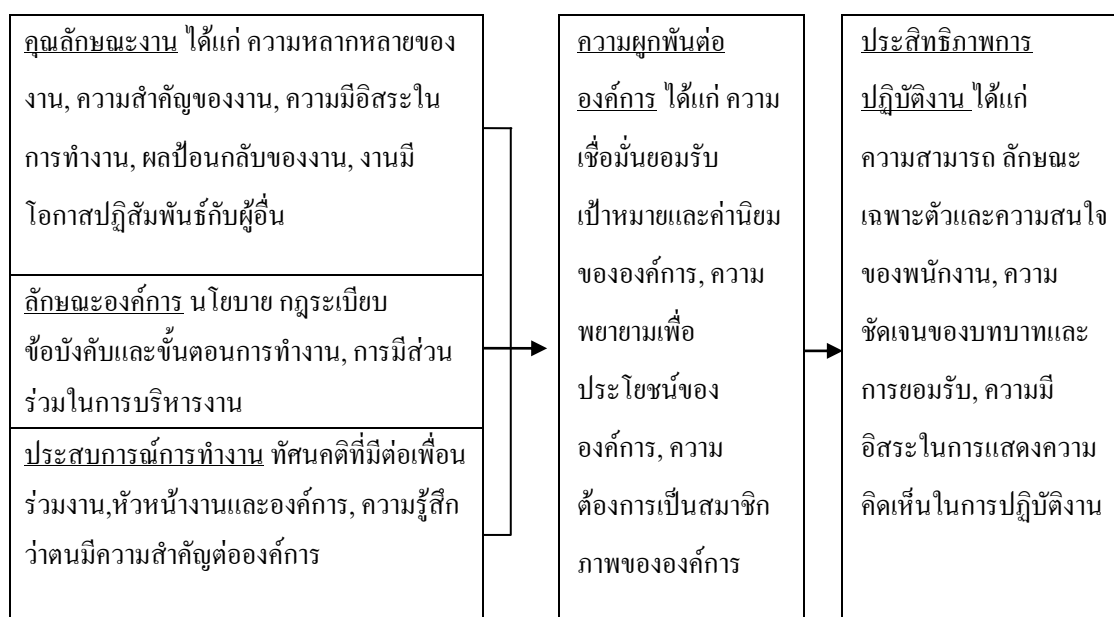
4. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรเริ่มต้นจากแนวคิดในเชิงการแลกเปลี่ยนซึ่งเป็นแนวคิดในการต่อรองระหว่างพนักงานกับองค์กรที่แสดงให้เห็นว่ายิ่งพนักงานมีความพึงพอใจต่อการแลกเปลี่ยนก็จะยิ่งมีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น (Homan, 1958 อ้างถึงใน Herbinia และ Alutto, 1970) Becker ได้นำแนวคิดนี้ไปพัฒนาสร้างทฤษฎีการเปรียบเทียบผลได้ผลเสียซึ่งเป็นแนวคิดที่อธิบายถึงเหตุผลที่คนเราเกิดความผูกพันต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นเพราะว่าได้ลงทุนกับสิ่งนั้นไว้หากต้องละทิ้งไปจะรู้สึกสูญเสียมากกว่า (Becker, 1960 อ้างถึงใน วารุณี คำแก้ว, 2550) Steers มีแนวคิดว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นระดับความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่น มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกและสามารถวัดได้จาก 1.) พนักงานมีความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2.) พนักงานเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร 3.) พนักงานมีความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กรแม้ว่าองค์กรจะเกิดสภาวะวิกฤตก็ยังไม่ละทิ้งองค์กร โดยปัจจัยที่นำไปสู่ความผูกพันยึดมั่นนี้ประกอบด้วย 1.) ลักษณะส่วนบุคคล 2.) คุณลักษณะงาน 3.) ประสบการณ์การทำงานเป็นความรู้สึกรับรู้ของพนักงานแต่ละคนว่ารับรู้การทำงานในองค์กรเป็นอย่างไร (Steer, 1977) ในปี 1983 Steers กับ Porter ร่วมกันพัฒนาปัจจัยการเกิดความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มเติมโดยเสนอแบบจำลองปัจจัยเบื้องต้นและอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรว่ามี 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรซึ่งแต่ละปัจจัยต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันได้ดังนี้ 1.) ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ พนักงานที่มีอายุมากกว่า มีอายุงานนานจะผูกพันกับองค์กรมากกว่า พนักงานที่มีการศึกษาดำเนินการจะผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีการศึกษาสูง 2.) ลักษณะของบทบาทและงานที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญมีบทบาทชัดเจนจะมีแนวโน้มผูกพันต่อองค์กรสูง 3.) ลักษณะองค์กร คือองค์กรที่มีการกระจายอำนาจ เปิด

โอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พนักงานก็จะมีความผูกพันต่อองค์กรสูง 4.) ประสิทธิภาพการทำงาน คือพนักงานที่มีประสิทธิภาพประทับใจในงานทั้งทัศนคติด้านบวกต่อเพื่อนร่วมงาน องค์กร ความรู้สึกที่ตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร พนักงานก็จะมีความผูกพันต่อองค์กรสูง โดยแสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรแล้วก็จะเต็มใจทุ่มเทความพยายามเพื่อความสำเร็จขององค์กรจนเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน (Steers และ Porter, 1983 อ้างถึงใน สัตตบงกช มานีมาน, 2548) นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรอีก ได้แก่ ทฤษฎีคุณลักษณะงาน หรือ Job Characteristics Theory พัฒนามาจากกรอบการศึกษาของ Turner และ Lawrence (1965) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของงานกับปฏิกริยาของพนักงานต่องานที่เขาทำ ประกอบด้วย คุณลักษณะงาน 6 อย่าง ได้แก่ ความหลากหลายของงาน ความมีอิสระในการทำงาน ปริมาณของปฏิสัมพันธ์ที่ต้องการในการทำงานให้สำเร็จ งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ความเร็วและทักษะที่ต้องการ และการได้รับผิชอบงานทั้งหมด ต่อมา Hackman และ Oldman (1976) ได้ร่วมกันปรับปรุงรูปแบบของทฤษฎีคุณลักษณะงานเดิมที่มีอยู่ 4 คุณลักษณะโดยเพิ่มคุณลักษณะงานด้านความสำคัญของงาน รวมเป็น 5 คุณลักษณะงานเพื่อให้เหมาะสมและเป็นประโยชน์มากที่สุดในการวางแผนและการออกแบบงานใหม่ จากแนวคิดของ Turner และ Lawrence (1965) ผสานกับแนวคิดของ Hackman และ Oldham (1976) ในเรื่องคุณลักษณะงาน Steers (1977) ได้นำมาประยุกต์เป็น 5 คุณลักษณะงาน ได้แก่ ความหลากหลายของงาน ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการทำงาน ผลป้อนกลับของงาน และงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะงานเป็นแนวคิดเชิงพฤติกรรม เน้นการเพิ่มความสำคัญของงาน โดยเป็นการออกแบบลักษณะงานที่เป็นเหตุเป็นผลสามารถวัดได้ มีแนวคิดพื้นฐานมุ่งสร้างเงื่อนไขคุณสมบัติงานเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่เพิ่มมากขึ้น สร้างความพึงพอใจ และการทำงานที่มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถและความแตกต่างของพนักงานแต่ละคนในองค์กร สำหรับทฤษฎีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ Steer (1970 อ้างถึงใน นิพัทธ์ มณีนก, 2547) เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเขาเสนอแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานไว้ว่า มีปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการของการปฏิบัติงานที่ดีของแต่ละคนในองค์กรประกอบไปด้วย 1.) ความสามารถเฉพาะตัว และความสนใจของพนักงาน 2.) ความชัดเจนของบทบาทและการยอมรับ 3.) ความมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงาน ทั้ง 3 ปัจจัยนี้รวมกันเป็นเครื่องกำหนดสมรรถนะของพนักงานในการทำงานเพื่อองค์กร จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นพบว่าแนวคิดความผูกพันต่อองค์กร แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และแนวคิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสามารถนำไปใช้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรได้ แม้ว่าการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความผูกพันต่อองค์กรได้รับความนิยมนำมาทำการวิจัยอย่างแพร่หลาย แต่การศึกษาที่ผ่านมาเป็นการทดสอบสมมุติฐานในภาวะปกติเท่านั้น แต่ยังไม่เคยนำไปศึกษาความผูกพันต่อองค์กรในสภาพที่ไม่ปกติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะนำทฤษฎีนี้ไปศึกษากับพนักงานที่ปฏิบัติอยู่ในสวนอุตสาหกรรมบางกะดีที่ประสบปัญหาอุทกภัยเมื่อปลายปี 2554 ซึ่งจะทำให้ทราบได้ว่าทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กรสามารถนำไปศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานทั้งในภาวะปกติและไม่ปกติได้

5. เครื่องมือและวิธีการดำเนินวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดของ Steers และ Porter (1983) เรื่องปัจจัยนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กร Steers (1977) ในเรื่องความผูกพันต่อองค์กร และ Steers (1970) ในเรื่องประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยมีกรอบการศึกษา ดังรูปที่ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลที่ปฏิบัติงานอยู่ในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จำนวน 5,270 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 336 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane's ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับพนักงานของ บริษัท คราโก้ ฟิซิปี (มหาชน) จำกัด จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธี Alpha Coefficient ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่น Alpha เท่ากับ 0.960 จากนั้นนำผลค่าความเชื่อมั่นที่หาได้นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขเป็นครั้งสุดท้าย ก่อนจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วน คือ 1.) สอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2.) แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการทำงานของพนักงาน 3.) สอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร 4.) สอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จำนวน 66 ข้อ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คำนวณหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมุติฐานโดยใช้การแจกแจงความถี่,

วิเคราะห์ความแปรปรวน กรณีที่พบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยวิธีแบบเซฟเฟ ใช้ Multiple Regression และใช้ Pearson Correlation Co-efficient ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

6. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานอยู่ในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จำนวน 336 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 55.40 มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.80 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 62.80 มีสถานภาพโสด มีอายุงานอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 และเป็นประเภทพนักงานรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 70.80 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อยแล้ว พบว่าอยู่ในระดับสูงเกือบทุกด้านยกเว้นด้านความมีอิสระในการทำงาน และด้านผลป้อนกลับของงานที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นในด้านความหลากหลายของงานมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านความสำคัญของงาน ด้านงานมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และมีความคิดเห็นในด้านความมีอิสระในการทำงาน และด้านผลป้อนกลับของงานน้อยที่สุด ดังคำกล่าวของ Hackman และ Oldham (1976) ที่ว่าผลสะท้อนกลับจากงานเป็นประสิทธิผลจากงานที่เกิดจากผลการทำงานส่วนบุคคล คุณลักษณะงานนี้เองที่ทำให้พนักงานรับรู้ว่าคุณจะต้องปฏิบัติงานอย่างไรเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด ซึ่ง Knights และ McCabe (2003) ยังพบอีกว่าความมีอิสระในการตัดสินใจในงานจะนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดี เนื่องจากพนักงานจะสามารถจัดการกับการทำงาน และควบคุมการทำงานของตนได้ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปัทมา อ่อนคำ (2552) ที่ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและผลที่ตามมาของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานแปรรูปอาหารแห่งหนึ่งในจังหวัดลพบุรี ที่พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะงานในด้านความมีอิสระในการทำงาน ด้านความหลากหลายของงาน ความสำคัญของงาน ด้านงานมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และด้านผลป้อนกลับของงานอยู่ในระดับสูง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะองค์การโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อยแล้ว พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยมีความคิดเห็นในด้านนโยบาย กฎระเบียบ ข้อบังคับและขั้นตอนการทำงานมากที่สุด และด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงานน้อยที่สุด ดังเช่นคำกล่าวของ Steers, Mowday และ Porter (1983 อ้างถึงใน สัตตบงกช มานีมาน, 2548: 30) ที่ว่า การที่พนักงานได้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน ได้ตัดสินใจ องค์กรมีการกระจายอำนาจ พนักงานก็จะมีความผูกพันต่อองค์กรสูง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ฤทธิวัฒน์ ทังกลาง (2552) ที่ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง กองบังคับการตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานแห่งชาติ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะองค์การในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และปาริชาติ พงษ์ชัยศรี (2552) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมสรรพากร ภาค 5 พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะองค์การในภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีความคิดเห็นด้านนโยบาย กฎระเบียบ ข้อบังคับและขั้นตอนการทำงาน อยู่ในระดับสูง รองลงมาเป็นด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อยแล้ว พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยมีความคิดเห็นในด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานและองค์การมากที่สุด และด้านความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กรน้อยที่สุด ดังเช่นคำกล่าวของ Steers และ Porter (1983 อ้างถึงใน สัตตบงกช มานีมาน, 2548: 30) ที่ว่า พนักงานที่มีประสิทธิภาพที่ประทับใจในงาน เช่น ทัศนคติของกลุ่มด้านบวก

ในหมู่เพื่อนร่วมงาน การรู้สึกว่าการได้พบกับความคาดหวังของพนักงาน การรู้สึกว่าการสามารถไว้วางใจได้ การรู้สึกว่าคุณเองสำคัญต่อองค์กรของพนักงานก็จะมีผลผูกพันต่อองค์กรสูง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ อุทธิวัฒน์ ทั้งกลาง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง กองบังคับการตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานแห่งชาติ และ ปัทมา อ่อนคำ (2552) ที่ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและผลที่ตามมาของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โรงงานแปรรูปอาหารแห่งหนึ่งในจังหวัดลพบุรี พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงานด้านด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานและองค์กร และด้านความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่ามีเพียงด้านความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กรที่อยู่ในระดับสูง ด้านความต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร และด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ดังเช่นคำกล่าวของ Sheldon (1971) ที่กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกเชิงบวกที่พนักงานมีต่อองค์กร ทำให้พนักงานเกิดความผูกพันและมุ่งมั่นที่จะทำงานเพื่อให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมาย และ Buchanan (1974) กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นความผูกพันเพราะมองเห็นองค์กรมีคุณค่า รู้สึกภาคภูมิใจในองค์กร เต็มใจที่จะมีส่วนร่วมในความสำเร็จขององค์กร และต้องการเป็นสมาชิกกับองค์กรต่อไป ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปัทมา อ่อนคำ (2552) ที่ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและผลที่ตามมาของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โรงงานแปรรูปอาหารแห่งหนึ่งในจังหวัดลพบุรี พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันอยู่ในระดับปานกลาง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่าความคิดเห็นด้านความสามารถ ลักษณะเฉพาะตัวและความสนใจของพนักงานและด้านความชัดเจนของบทบาทและการยอมรับอยู่ในระดับสูง ด้านความมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ดังเช่นคำกล่าวของ Bovee (1993) ที่ว่าประสิทธิภาพเกิดจากความพยายามของพนักงานที่จะทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ธาณินทร์ สุทธิบุญชู (2543) ที่ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาเฉพาะฝ่ายการพนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับสูง ผลการวิจัยตามสมมุติฐานการวิจัยมีดังนี้ 1.) สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยคุณลักษณะงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร แยกเป็นสมมุติฐานย่อย คือ H_0 = คุณลักษณะงานไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร H_1 = คุณลักษณะงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะงานด้านความมีอิสระในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกทั้งต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยรวม รายด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และด้านความต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ปัจจัยคุณลักษณะงานด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมีอิทธิพลเชิงบวกทั้งต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยรวม รายด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และด้านความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร ปัจจัยคุณลักษณะงานด้านความหลากหลายของงานมีอิทธิพลเชิงบวกทั้งต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยรวม และด้านความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร ปัจจัยคุณลักษณะงานด้านผลป้อนกลับของงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร แต่มีอิทธิพลเชิงลบต่อด้านความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Steers (1977) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยเบื้องต้นที่มีผล

ต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า คุณลักษณะงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Dunham และคณะ (1994) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร พบว่า ความมีอิสระในการทำงาน ความสำคัญของงาน ความหลากหลายของงาน และผลป้อนกลับของงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร และปีทมา อ่อนคำ (2552) ที่ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและผลที่ตามมาของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานแปรรูปอาหารแห่งหนึ่งในจังหวัดลพบุรี ที่พบว่า คุณลักษณะงานในด้านความมีอิสระในการทำงาน ด้านความหลากหลายของงาน ความสำคัญของงาน ด้านงานมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และด้านผลป้อนกลับของงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร 2.) สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยลักษณะองค์การมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร แยกเป็นสมมุติฐานย่อย คือ H_0 = ลักษณะองค์การไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร H_1 = ลักษณะองค์การมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยลักษณะองค์การทุกด้านมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และรายด้าน ยกเว้น ปัจจัยลักษณะองค์การด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงานที่ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Farr และ Mathieu (1991) ที่ศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และ Dunham และคณะ (1994) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันใน พบว่า การมีส่วนร่วมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร และ อุทวิวัฒน์ ทั้งกลาง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง กองบังคับการตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานแห่งชาติ และ ปาริชาติ พงษ์ชัยศรี (2552) ที่ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมสรรพากร ภาค 5 พบว่า พบว่า ลักษณะองค์การ ได้แก่ ความชัดเจนของกฎข้อบังคับ ขั้นตอนการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร 3.) สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยประสบการณ์การทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร แยกเป็นสมมุติฐานย่อย คือ H_0 = ประสบการณ์การทำงานไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร H_1 = ประสบการณ์การทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยประสบการณ์การทำงานทุกด้านมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และรายด้าน ยกเว้น ปัจจัยประสบการณ์การทำงานด้านทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานและองค์กร ที่ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Steers และ Porter (1979) ได้กล่าวว่า ประสบการณ์การทำงานที่ดีสามารถลดปัญหาการลาออกของพนักงานได้ และ ปีทมา อ่อนคำ (2552) ที่ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและผลที่ตามมาของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานแปรรูปอาหารแห่งหนึ่งในจังหวัดลพบุรีพบว่า ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร มีผลต่อความผูกพันขององค์กร 4.) สมมุติฐานที่ 4 ความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน แยกเป็นสมมุติฐานย่อย คือ H_0 = ความผูกพันต่อองค์กรไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน H_1 = ความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ผลการทดสอบพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และรายด้านทุกด้าน โดยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทั้งในภาพรวมและรายด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Steers (1977) ที่พบว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวชี้วัดที่ดีถึงประสิทธิภาพขององค์กร และ Katz และ Kahn (1978) ที่พบว่าความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.) องค์การควรต้องปรับปรุงเรื่องการสื่อสารภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งไปที่การสื่อสารบนลงล่าง และล่างขึ้นบน ให้ผู้บริหารกับพนักงานได้มีการสื่อสารกันโดยตรงแบบเผชิญหน้า เช่น การประชุมผู้บริหารพบพนักงานประจำเดือน เพื่อผู้บริหารได้อธิบายถึงนโยบาย เป้าหมายอย่างตรงไปตรงมา เพื่อป้องกันความเข้าใจที่บิดเบือนออกไป อันจะทำให้พนักงานเข้าใจองค์การผิดประเด็น กรณีที่พนักงานไม่เข้าใจก็สามารถที่จะสอบถามได้ทันที ป้องกันการนำข้อมูลที่รับรู้ไปตีความกันเอง ฝ่ายพนักงานสามารถสื่อสารสิ่งที่ต้องการให้ผู้บริหารรับรู้เพื่อที่จะได้หาแนวทางแก้ไข 2.) จัดให้มีช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ได้แก่ Morning Meeting ที่หัวหน้างานได้มีการประชุมเกี่ยวกับเรื่องแผนงาน บอกเล่าข่าวสารใหม่ รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จัดให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์หรือเจ้าหน้าที่แรงงานสัมพันธ์เข้าไปพูดคุยกับพนักงาน ทำให้สามารถสำรวจได้ว่าข่าวสารที่ได้ประกาศออกนั้นเข้าไปถึงพนักงานหรือไม่ และพนักงานเข้าใจเพียงใด รวมถึงสามารถรับฟังข้อมูลทั้งด้านบวกและลบจากพนักงาน ส่งผลให้การทำงานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เป็นเชิงรุก ได้รับทราบปัญหาหรือข้อมูลเพื่อหาทางพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขได้ทันทั่วทั้งที่เป็นต้น 3.) จัดให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาเพื่อให้พนักงานได้ทราบและเข้าใจถึงค่านิยมแต่ละตัว จนเกิดความตระหนัก ยอมรับและปฏิบัติตาม โดยหัวหน้างานต้องเป็นผู้ประเมินก่อนว่าพนักงานในสังกัดของตนยังขาดความรู้ความเข้าใจค่านิยมตัวใดบ้าง และอยู่ระดับใด เพื่อที่จะได้วางแผนฝึกอบรมและพัฒนาพร้อมกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายฝึกอบรม 4.) ให้พนักงานสามารถกำหนดเป้าหมายและวิธีการทำงานต่างๆ ที่รับผิดชอบได้ด้วยตนเอง รวมถึงการเสนอแนวทางหรือวิธีการปฏิบัติงาน สามารถตัดสินใจในการปฏิบัติงาน โดยไม่ต้องรอรับคำสั่งจากหัวหน้างานทุกครั้ง 5.) ให้พนักงานได้เข้าร่วมประชุมเพื่อแสดงความคิดเห็น หรือเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา 6.) องค์การควรกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ อำนาจในการตัดสินใจอย่างเป็นแบบแผน 7.) องค์การจะต้องแสดงออกถึงความสำคัญที่หน่วยงานหรือองค์การให้กับพนักงานในด้านการพัฒนาความรู้ ทักษะ และคุณสมบัติที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานในตำแหน่งงาน และส่งเสริมให้เติบโตก้าวหน้า ได้แก่ จัดให้มีการพัฒนาสายอาชีพ และให้พนักงานมีส่วนร่วมวางแผนอนาคตของพนักงานกับองค์การ กำหนดรูปแบบของรางวัลเพื่อช่วยจูงใจพนักงาน ได้แก่ โบนัสพิเศษ รางวัลอายุงาน รางวัลพนักงานดีเด่น การมอบโล่เกียรติคุณต่างๆ การให้สวัสดิการพิเศษอื่นๆ หรือจัดให้มีกิจกรรมการสังสรรค์ระหว่างสมาชิกเพื่อสร้างความผูกพันต่อกัน 8.) มุ่งเน้นพัฒนาภาวะผู้นำที่ดีให้พนักงานระดับหัวหน้างานถึงผู้จัดการขึ้นไปเพื่อได้ตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบและสามารถแสดงบทบาทนั้นต่อพนักงานได้บังคับบัญชาได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรรูปแบบงานวิจัยนี้ไปศึกษากับพนักงานที่ปฏิบัติงานในนิคมอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยควรเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับเชิงปริมาณเพื่อความชัดเจนของผลลัพธ์

8. บรรณานุกรม

- ธัญญา พลอนันต์. 2546. การมุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์: แนวทางสร้างความพึงพอใจแก่พนักงาน. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อินโนกราฟฟิกส์.
- ธานินทร์ สุทธิบุญชร. 2543. “ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาเฉพาะฝ่ายการพนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิพัทธ์ มณีนก. 2547. “ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นประจําท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปัทมา อ่อนคำ. 2552. “ความผูกพันต่อองค์กรและผลที่ตามมาของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานแปรรูปอาหารแห่งหนึ่งในจังหวัดลพบุรี.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปาริชาติ พงษ์ชัยศรี. 2552. “ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมสรรพากร ภาค 5. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิทยา โกคา. 2552. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- มณฑป ผลาสินธุ์. 2552. “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มสถานีโทรทัศน์เขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วารุณี คำแก้ว. 2550. “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สมชาย หิรัญกิตติ. 2542. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สัดตบงข มาณีมาน. 2548. “ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อโรงงานยาสูบส่วนกลาง” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฤทธิวัฒน์ ทั้งกลาง. 2552. “ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง กองบังคับการตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานแห่งชาติ” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร คณะรัฐประศาสนศาสตร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Alderfer, Clayton P. 1972. **Existence Relatedness and Growth**. New York: Free Press.
- Dunham, R.B., Grube, J.A. and Castaneda. 1994. “M.B. Organizational commitment: The utility of an integrative definition.” **Journal of Applied Psychology**. 370-380.
- Farr, J.L. & Mathieu, J.E. 1991. “Further Evident for the Discriminate Validity of Measures of Organizational Commitment, Job Involvement, and Job Satisfaction.” **Journal of Applied Psychology**. 76: 127-133.

- Hackman, J.R., & Oldham, G.R. 1976. "Motivation through the design of work: test of a theory." **Journal of Organizational Behavior and Human Performance**. 16: 250-279.
- Herbiniak, L. and J. Alutto. 1972. "Personal and role – Related Factors in The Development of Organization Commitment." **Journal of Administrative Science Quarterly**. 555-572.
- Knights, D., & McCabe, D. 2003. "Governing through teamwork reconstituting subjectivity in a call centre." **Journal of Management Studies**. 40(7): 1587-1619.
- Steers, R, M. 1977. "Antecedents and Outcome of Organizational Commitment." **Journal of Administrative Science Quarterly**. 46-56.
- Steers, R.M. and Porter, L.W. 1979. **Motivation and Work Behavior**. (3rd ed.) New York: McGraw-Hill.
- Steers, R.M. and L.W. Porter. 1983. **Motivation and Work Behavior**. (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Turner, A. N., & Lawrence, P. R. 1965. **Industrial jobs and the worker**. Boston: Harvard University:Division of Research.

**อิทธิพลการพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน
ความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มพนักงานที่ส่งผลการปฏิบัติงาน
กรณีศึกษา พนักงานในองค์กรผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
THE INFLUENT FACTORS OF QUALITY OF WORK LIFE WORK VALUES
AND EMPLOYEE ENGAGEMENT OF EMPLOYEE GROUP PREDICTING
WORK PERFORMANCE: A CASE STUDY OF ALCOHOLIC BEVERAGE
PRODUCER PUBLIC CO.,LTD IN BANGKOK METROPOLITAN**

ทิวา เทียนเบญจะ

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : vahot_man@hotmail.com

บทคัดย่อ

อิทธิพลการพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มพนักงานที่ส่งผลการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา พนักงานในองค์กรผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง รวมถึงมีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กรปัจจุบัน และระดับตำแหน่งที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน และด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กรปัจจุบัน ระดับตำแหน่งที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อค่านิยมในการทำงานแตกต่างกัน รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กรปัจจุบัน และระดับตำแหน่งที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน และยังพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวมมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม และ คุณภาพชีวิตในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม รวมถึง ค่านิยมในการทำงานโดยรวม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม และค่านิยมภายในในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม และความผูกพันในการทำงาน โดยรวม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม และจากการทดสอบความผูกพันในการทำงานด้านความต่อเนื่องมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม

คำสำคัญ : คุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน ความผูกพัน ผลการปฏิบัติงาน

ABSTRACT

The study has found that employees have a comment on the quality of working life. Values of work and employee engagement of employees included in the medium. Including a performance at a high level. A comparison of the individual employee in the organization of the production of alcoholic beverages. In Bangkok. Quality of work life. Values in the workplace. And employee engagement. Found that personal factors such as gender, age, marital status, education level. Average income per month. Employment in the organization. And the different results. Quality of life in a different age and educational level. Average income per month. Employment in the organization. The influence of different positions. Values for the difference. Includes factors such as gender, age, marital status, personal income per month. Employment in the organization. And the different results. employee engagement of employees differently. To test that affecting. Quality of work life overall. Influencing the performance of employees and the quality of working life and the environment is safe. The performance characteristics contribute to the integration of the social worker. And the nature of work is based on the law or justice. Influencing the performance of the overall staff. The overall value of work. Influence the performance of the overall staff. And values within the work. Influence the performance of the overall staff. And engagement to work as a whole. Influence the performance of the overall staff. And test your engagement to continuity in the work affect the performance of the overall staff.

KEYWORDS : quality of work life, Values of work , engagement , performance

บทนำ

จากภาวะปัจจุบันที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงในเชิงธุรกิจ ปัญหาอย่างหนึ่งที่องค์กรกำลังเผชิญในการทำงาน คือด้วยบุคลากรรุ่นใหม่ ๆ หรือช่วงอายุน้อย ๆ ไม่สามารถทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชาที่มีอายุสูงกว่าหรือช่วงอายุที่แตกต่างกันได้ อาจเป็นเพราะปัจจัยแวดล้อมหลายอย่างที่เกิดขึ้น ทำให้การบริหารจัดการจะต้องปรับเปลี่ยนไปตามด้วย และสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือความเด่นชัดของบุคลากรในองค์กรทางด้านอายุ (Age) หรือ Generation (รัชฎา อสีตนิษฐกุล, 2548) โดยที่คนแต่ละช่วงอายุย่อมมีคุณลักษณะ ทักษะ ค่านิยม รูปแบบการใช้ชีวิตและการทำงาน ตลอดจนความต้องการที่แตกต่างกันดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่จะบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองได้ทุกคน จึงจำเป็นต้องมีวางแผนมีการปรับเปลี่ยนองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ล้วนสะท้อนถึงค่านิยมในงาน (work values) ที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงาน เนื่องจากค่านิยมในงานเป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับผลลัพธ์ที่คาดหวังว่าจะได้จากงานและเป็นสิ่งที่บุคคลคิดหรือเห็นว่าควรประพฤติปฏิบัติในการทำงาน (George & Jones, 1999) ไม่ว่าจะเป็นความสามารถในการดำรงชีวิตได้อย่างสะดวกสบาย ความสำเร็จในชีวิต ฯลฯ ซึ่งไม่ว่าบุคคลจะมีค่านิยม หรือมีความคิด ความเชื่อในเชิงบวกหรือเชิงลบ จะออกมาในลักษณะของพฤติกรรมการทำงาน ส่งผลถึงคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรซึ่งต้องการความสุขกาย-ใจ และบุคลากรจะมีความรู้สึกรักงานที่ทำมีความสำคัญและมีคุณค่าก็จะเกิดความผูกพันกับงานและองค์กร เกิดแรงจูงใจ กับการทำงาน (Smith, 1981)

จากนั้นยังช่วยลดปัญหา หรือ อุบัติเหตุในงานด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ยังส่งเสริมให้ผลการปฏิบัติงานมีผลผลิตและการบริการที่ดีทั้งคุณภาพและปริมาณ ผลการปฏิบัติงานจัดได้ว่ามีส่วนสำคัญที่ช่วยให้องค์กรเกิดการพัฒนาก้าวหน้าในอนาคต เนื่องจากผลการทำงานของบุคคล จะนำไปสู่การสร้างผลงานโดยรวมที่มีคุณภาพ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าในด้านต่าง ๆ (ประยงค์ มีใจเชื้อ, ม.ป.ป.)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อค่านิยมในการทำงานของพนักงาน
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันในการทำงาน
- 4) เพื่อศึกษาปัจจัย คุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ที่มีอิทธิพล

ในการ พยากรณ์ ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐาน 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานแตกต่างกัน
- สมมติฐาน 2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อค่านิยมในการทำงานของพนักงาน แตกต่างกัน
- สมมติฐาน 3. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน แตกต่างกัน
- สมมติฐาน 4. คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลในการพยากรณ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
- สมมติฐาน 5. ค่านิยมในการทำงาน มีอิทธิพลในการพยากรณ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
- สมมติฐาน 6. ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลในการพยากรณ์ ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

แนวคิดทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมในการทำงาน ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ George and Jones (1996) ซึ่งเสนอแนวคิดค่านิยมในการทำงาน โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย ค่านิยมภายในได้แก่ งานที่น่าสนใจ งานที่ท้าทาย เรียนรู้สิ่งใหม่ สร้างคุณงามความดีที่สำคัญ พัฒนาตนเองเต็มศักยภาพ มีหน้าที่ความรับผิดชอบและความเป็นอิสระ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ส่วนค่านิยมภายนอก ได้แก่ เงินเดือนสูง ความมั่นคงปลอดภัยในงาน สวัสดิการดี มีสังคมกว้างขวางขึ้น มีการติดต่อในสังคม มีเวลาให้ครอบครัว และมีเวลาทำงานอดิเรก

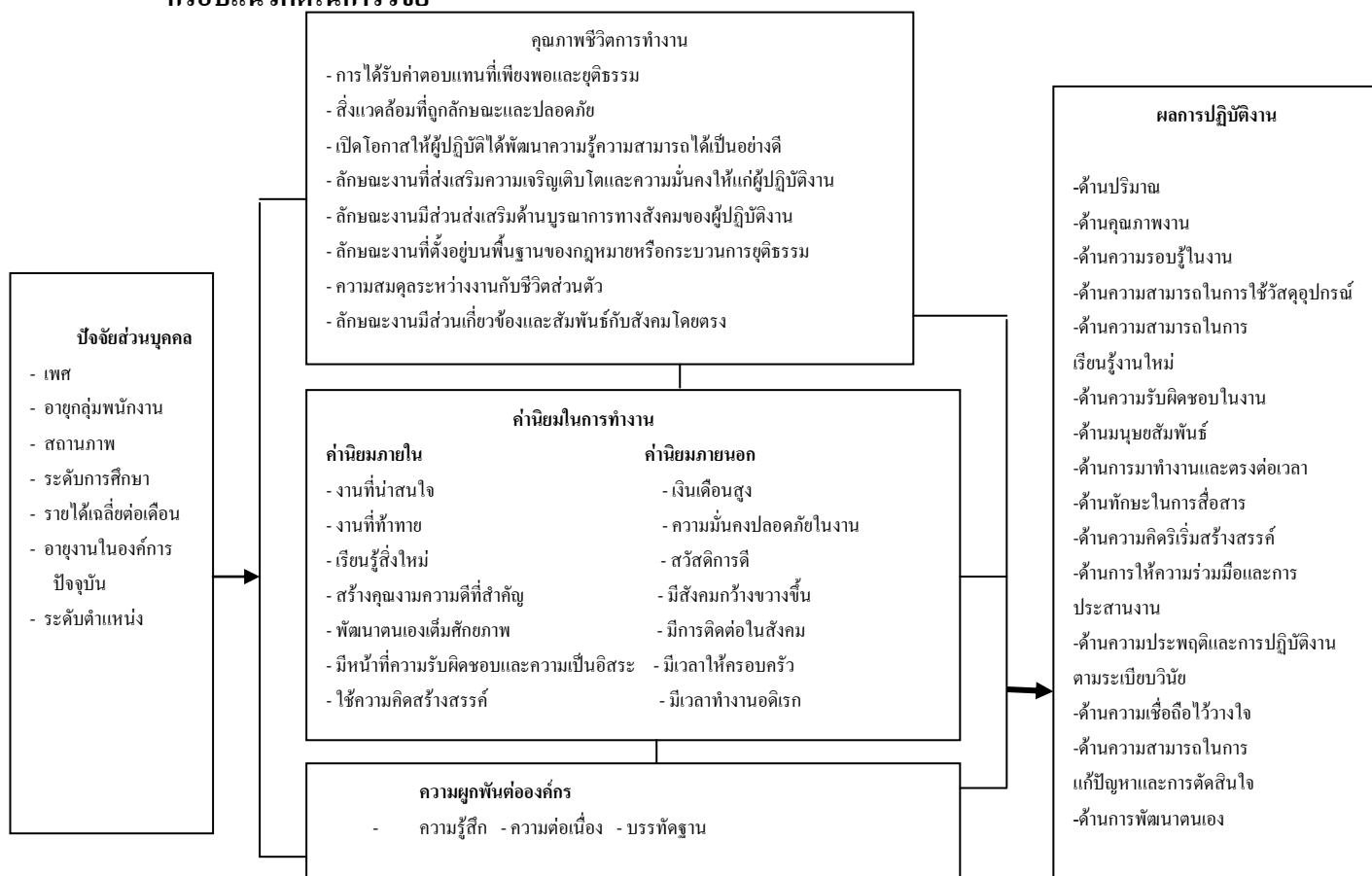
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Walton (1973) ซึ่งเสนอแนวคิดองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตไว้ 8 ด้านคือ การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติได้พัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี ลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคงให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ลักษณะงานมีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน ลักษณะงานที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว ลักษณะงานมีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง

แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในการทำงาน ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ Meyer & Allen (1990) ซึ่งเสนอลักษณะหรือองค์ประกอบของผู้ที่จะมีความผูกพันต่อองค์กร โดยผู้ที่จะคงอยู่กับองค์กรจะมีเหตุผล 3 ลักษณะคือ

ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง และความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน

แนวคิดเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของการทำงาน องค์กร ผู้บริหารสามารถทราบระดับผลการปฏิบัติงานของพนักงานได้จากผลการประเมิน เรียกว่า การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ อลงกรณ์ มีสุทธาและสมิต สัชนุกร (อ้างถึงใน พิจิตรา ไซเอกปัญญา, 2551:41) ซึ่งเสนอหลักเกณฑ์ที่จะใช้โดยวัดจาก ปริมาณ คุณภาพงาน ความรอบรู้ในงาน ความสามารถในการใช้วัสดุอุปกรณ์ ความสามารถในการเรียนรู้งานใหม่ ความรับผิดชอบในงาน มนุษยสัมพันธ์ การมาทำงานและตรงต่อเวลา ทักษะในการสื่อสาร ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การให้ความร่วมมือและการประสานงาน ความประพฤติและการปฏิบัติงานตามระเบียบวินัย ความเชื่อถือไว้วางใจ ความสามารถในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ การพัฒนาตนเอง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย Survey Research โดยใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะบุคคล, คุณภาพชีวิตในการทำงาน, ค่านิยมในการทำงาน, ความผูกพันต่อองค์กร, ผลการปฏิบัติงาน การออกแบบแบบสอบถามนี้ได้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินแบบสอบถาม และทำการ

ทดลองใช้ (Try Out) โดยใช้สถิติวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) และนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธี Combach ซึ่งผลการทดสอบนี้มีค่า $\alpha = 0.85$ หมายถึงค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง และผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่าง Generation ด้วยตนเอง ซึ่งได้เก็บแบบสอบถามคืนครบ 277 ชุด

ตารางแสดง ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของ Krejcie and Morgan (1970 อ้างถึงใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)

ตารางแสดง การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ตามกลุ่มพนักงาน (Generation)		
Generation	ประชากร 958 คน	การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 277 คน
Baby Boomer Generation (อายุ48-66 ปี)	248 คน	72 คน
Generation X (อายุ36-47 ปี)	330 คน	95 คน
Generation Y (อายุ18-35 ปี)	380 คน	110 คน
รวมทั้งหมด	958 คน	277 คน

สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ

1. ใช้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อายุงานทำงานปัจจุบัน สถานภาพ ระดับตำแหน่งของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง เพื่อคำนวณการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ใช้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ค่านิยมในการทำงาน ความผูกพันในการทำงานและผลการปฏิบัติงานโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และการวัดการกระจายด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้วิเคราะห์ความแตกต่างด้าน

1. การทดสอบค่าที (T-test) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นอิสระต่อกัน 2.การทดสอบค่า (F-test : One Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันและเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีแบบ LSD (Least Significant Difference) 3. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อำนาจในการพยากรณ์ของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 4 สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 อายุระหว่าง 18 - 35 ปี หรือ กลุ่ม Generation Y คิดเป็นร้อยละ 39.7 มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 54.9 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 73.6 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.4 มีอายุงานในองค์กรปัจจุบัน ระหว่าง 0 - 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.7 และส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับชั้นต้น / บริการ และ ระดับปฏิบัติการ (ระดับ 1-5) คิดเป็นร้อยละ 55.6

2. พนักงานในองค์กร มีระดับความคิดเห็น ต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านลักษณะงานมีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.65$) ความคิดเห็น ด้านค่านิยมภายในอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.20$) ด้านค่านิยมภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.09$) ความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กร ทั้ง 3 ด้านของพนักงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นต่อผลการปฏิบัติงานโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$)

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กรปัจจุบัน และระดับตำแหน่งที่ต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างกัน

4. คุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม และคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย ด้านลักษณะงานมีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน และด้านลักษณะงานที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม

5. ค่านิยมในการทำงานโดยรวม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม และค่านิยมภายในในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม

6. ความผูกพันในการทำงานโดยรวม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม และความผูกพันในการทำงานด้านความต่อเนื่องมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีคุณภาพชีวิตในการทำงาน ของพนักงาน แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านที่ต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน โดย ในการปฏิบัติงานในองค์กรที่ประกอบด้วยบุคลากรที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ล้วนแล้วคำนึงถึงคุณภาพชีวิตในการทำงานที่แตกต่างกัน ด้วยปัจจัยเกี่ยวข้องกับวิถีภาวะในการตัดสินใจ พื้นฐานความรู้ความสามารถ ทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานต่างกัน เพราะพนักงานที่อยู่ในกลุ่ม Baby Boomers, Generation X และ Generation Y ล้วนมีทัศนคติ รูปแบบการใช้ชีวิตและการทำงานที่ต่างกัน ไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Walton (1973) ได้เสนอแนวคิดคุณภาพชีวิตการทำงานไว้ว่า ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ เงินเดือน และผลประโยชน์ ที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับ ก็จะส่งผลถึงคุณภาพการทำงานด้วยและใกล้เคียงกับ ผลการศึกษาของ ดำรงฤทธิ์ จันทมงคล (2550) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรกับอายุการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่าอายุการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกโดยตรงกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ส่งผลต่อค่านิยมในการทำงาน ของพนักงานแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กรปัจจุบัน และระดับตำแหน่งที่ต่างกัน มีส่งผลต่อค่านิยมในการทำงานแตกต่างกัน ซึ่งพนักงานในองค์กรส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่ม Generation X และ Y เป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพทางความคิดค่อนข้างสูง มีทัศนคติที่เปิดรับสิ่งใหม่ ๆ และมีค่านิยมสูง สอดคล้องกับทฤษฎีของ George & Jones (1999) ที่กำหนดค่านิยมเป็นความเชื่อโดยรวม ที่มีอิทธิพลสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล

โดยค่านิยมในการทำงาน (Work Values) จึงเป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่คาดหวังว่าจะได้จากงาน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัทธรา เกาตระกูล (2544) ศึกษา ค่านิยมในการทำงานของพนักงานองค์การรัฐบาลและเอกชนในเชียงใหม่ พบว่า พนักงานที่ทำงานในองค์การรัฐบาลและเอกชนมีค่านิยมในการทำงานแตกต่างกัน และค่านิยมในการทำงานด้านค่านิยมภายในแตกต่างกัน และพนักงานองค์การรัฐบาลที่มีตัวแปรด้านอายุทำงาน ตำแหน่งงาน และรายได้ต่างกันมีค่านิยมในการทำงานด้านค่านิยมภายในแตกต่างกัน ($P < .05$) และพนักงานองค์การเอกชนที่มีตำแหน่งงาน และรายได้ต่างกันค่านิยมในการทำงานด้านค่านิยมภายในและภายนอกแตกต่างกัน

3. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กรปัจจุบัน และระดับตำแหน่งที่ต่างกันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน เพราะว่าพนักงานกลุ่ม Baby Boomers, Generation X และ Y ต่างก็มีความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคล จึงส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรย่อมแตกต่างกันไป ความแตกต่างแสดงให้เห็นว่า พนักงานที่มีอายุมาก มีความผูกพันกับองค์กรมากกว่าคนที่อายุน้อย เพราะคนอายุน้อยมีโอกาสที่จะเปลี่ยนงาน หรือเปลี่ยนองค์กรค่อนข้างสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ M.E. Sheldon (1971 :143) ที่ว่าทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน เกี่ยวโยงกับองค์กร เป็นสิ่งที่บุคคลได้ลงทุนทำไปในการปฏิบัติงาน ได้แก่ อายุ กำลังกาย ตลอดจนระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กรนั้น ทั้งนี้เพราะระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรนานเท่าไร ก็ยิ่งจะผูกพันกับองค์กรมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นภาเพ็ญ โหมาศวิน (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของสมาชิกในองค์การศึกษานเฉพาะกรณีสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร

4. คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยในการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยได้รับความเป็นธรรม ความยุติธรรมของค่าตอบแทน สวัสดิการ สามารถดำรงอยู่ในองค์กรด้วยความมั่นคงปลอดภัย ส่งเสริมให้พนักงานมีผลการทำงานที่สัมฤทธิ์ผล เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร จึงสอดคล้องกับ Hackman, Suttle and Lloyd (1977) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานเป็นสิ่งที่สนองความผาสุกของผู้ปฏิบัติงาน การมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดียังส่งผลต่อความเจริญด้านอื่น ๆ เช่น สภาพสังคมแวดล้อม เศรษฐกิจ หรือผลผลิตต่างๆ

5. ค่านิยมในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า ค่านิยมในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเมื่อพนักงานมีความรู้สึกในเชิงบวกต่อองค์กรย่อมส่งผลถึงประสิทธิภาพในการทำงาน ก่อให้เกิดความรู้สึก ทัศนคติ ความเชื่อ แนวคิด การปฏิบัติของพนักงาน ทำให้ค่านิยมในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ George & Jones (1999) กล่าวว่าค่านิยมเป็นความเชื่อโดยรวม เกี่ยวกับเป้าหมายความปรารถนา เป็นความคาดหวังว่าจะได้จากงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ วริยา ขุนคำ (2554) ศึกษาเรื่อง ค่านิยมของพนักงานในเจนเนอรัล Y X และ Baby boomer ต่อคุณค่าขององค์กร (EVP) ของพนักงานบริษัทยูเม็กซ์ ผลการศึกษาพบว่าในแต่ละเจนเนอรัลมีค่านิยมที่แตกต่างกันโดยที่อันดับหนึ่งของเจนเนอรัล Y คือค่าตอบแทนที่เป็นสิ่งที่

พึงพอใจ ส่วนเงินเนอรัชั่น X ให้ความสำคัญอันดับหนึ่งกับเรื่อง การทำงานที่เป็นอิสระ คือพึงพอใจกับงานที่มีความอิสระสูง จึงจะให้คนกลุ่มนี้สามารถอยู่ในองค์กร

6. ความผูกพันในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานพบว่า ความผูกพันในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยเมื่อพนักงานมีทัศนคติในเชิงบวก มีค่านิยม ย่อมส่งผลถึงการปฏิบัติงานของพนักงาน ผลของการปฏิบัติงานจะสะท้อนถึงคุณภาพของงานและตัวพนักงานด้วยเช่นกัน จึงสอดคล้องแนวคิดของ Eisenberger และ others (1990) (อ้างใน อาจรี นาคสุภรังสี, 2540 : 18) ได้ทำการศึกษาและพบว่า การที่พนักงานรู้สึกว่าการระบบขององค์กรสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วม ทำให้พนักงานจงรักภักดีต่อองค์กรยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ (Allen & Meyer 1991:61-89) เสนอว่า ผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรมักจะมององค์กรในทางบวก ซึ่งจะเกิดความรู้สึกที่ผูกพัน มีความต้องการและมีความตั้งใจที่จะทำงาน รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัย อรุมา ศรีสว่าง (2544) โดยทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันบุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชนพบว่า ส่วนปัจจัยเชิงจิตที่มีผลสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นมี 3 ด้าน คือ ความสำเร็จในการทำงาน ลักษณะงานที่ปฏิบัติ และความเจริญเติบโตในตนเองและอาชีพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1. คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยคุณภาพชีวิตในการทำงานมีผลอย่างมากต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญและควรพิจารณาการนำผลการวิจัยมาใช้ เช่น การให้ผลตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ เปิดโอกาสให้มีความก้าวหน้าในอาชีพ ส่งเสริมให้เกิดภาวะอิสระจากงาน เป็นต้น โดยเฉพาะกับกลุ่มพนักงาน Generation Y ที่ยังมีความเห็นในระดับปานกลาง

2. ค่านิยมในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานหากองค์กรมีความต้องการให้พนักงานรับรู้ถึงความสำเร็จในงาน เช่น ให้งานที่ท้าทาย เปิดโอกาสในการทำงาน ใช้ความคิดสร้างสรรค์ เมื่อพนักงานมีบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน และมีความรู้สึกในเชิงบวกต่อองค์กรย่อมส่งผลถึงประสิทธิผลในการทำงาน

3. ความผูกพันในการทำงานนั้น พนักงานยังมีระดับความคิดเห็นระดับปานกลางซึ่งสะท้อนถึงความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์กรว่าระดับความผูกพันยังไม่มากนัก โดยที่พนักงานสามารถเปลี่ยนแปลงหน้าที่การงานได้ตลอดเวลา ถ้ามีโอกาสหรือคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าโดยเฉพาะกลุ่มพนักงานที่มีอายุน้อย ตาม Generation X และ Y ดังนั้นองค์กรจะต้องสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมให้พนักงานเกิดความผูกพัน

บรรณานุกรม

- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543) ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี
 นภาพิณ โหมาศวิน (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของสมาชิกในองค์กรศึกษาเฉพาะกรณี สำนักงาน
 ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 ประยงค์ มีใจชื่อ. (ม.ป.ป.). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษาอุตสาหกรรม
 บริการด้านโทรคมนาคมและการสื่อสารไทย. วารสารรามคำแหง
 พิจิตรา ใช้ออกปัญญา. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานและผลการปฏิบัติงาน
 ของพนักงานปฏิบัติการของโรงพยาบาลเอกชน. มหาวิทยาลัยศรีปทุม

- รัชฎา อสิสนธิสกุล. (2548) . การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เพื่อการประยุกต์ใช้ใน
ที่ทำงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- วริยา ขุนคำ.(2554) ค่านิยมของพนักงานใน Generation Y x baby boomer ต่อคุณค่าขององค์กร (EVP) ของ
พนักงานบริษัท คูเม็กซ์ จำกัด วิทยาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- อาจารย์ นาคศุภรังสี. (2540). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจโรงแรม. วิทยานิพนธ์ พัฒนา
แรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรอุมา ศรีสว่าง.(2544).ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารองค์การและการจัดการ,บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- George, J.M., & Jones, G.R. (1996). **Organizational behavior: understanding and management**. New York:
Addison-Wesley.
- Meyer, J.P.;& Allen ,N.J.(1991) “A three – component conceptualization of organizational commitment.”
Human Resource management Review 1 :61-89.
- Smith, H. L.(1981). Nurse quality of working life in an HMO: A comparative study. **Nursing Research**, 14-18.
- Walton, R. E. (1973). Quality of working life: What is it? **Slone Management Review**, 15, 11-21.
- Sheldon, M.E. (1971, June). Investment and Involvement Mechanisms Producing Commitment.
Administrative Science Quarterly. 22 : 46-49,77.

**ภาวะผู้นำกับผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่าง
ยั่งยืนกรณีศึกษา เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท¹**

**LEADERSHIP AND TEAM PERFORMANCE OF INMATE BIOLOGICAL
WAY OF LIFE FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT PROJECT:
A CASE STUDY OF KHOWPLONGTEMPORARY PRISON
OF CHAINAT PROVINCIAL PRISON¹.**

นางสาวณัฏฐินี ทองเรือง

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

E-mail: natthini_th@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำในผู้นำทีมผู้ต้องขัง การทำงานเป็นทีมและผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาทและเพื่อพัฒนาโมเดลต้นแบบที่สะท้อนภาวะผู้นำทีมผู้ต้องขังกับผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาทเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มตัวอย่างคือทีมผู้ต้องขังในโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้ง 5 ทีม แบ่งเป็นผู้นำทีมผู้ต้องขัง 5 คน สมาชิกในทีมผู้ต้องขัง 15 คน และผู้คุมที่ดูแลทีมผู้ต้องขัง 3 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 23 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง และแบบบันทึกภาคสนามทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผลการวิจัยพบว่า ทีมที่มีผลการปฏิบัติงานของทีมอยู่ในระดับสูงคือทีม 5 ที่มีผู้นำทีมมีรูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งคนผสมผสานผู้นำแบบพบกันครึ่งทางในทีม 5 ผู้ต้องขังหลายคนมีประสบการณ์ด้านการเกษตรมาก่อน ทีมที่มีผลการปฏิบัติงานของทีมอยู่ในระดับปานกลางคือทีม 1 และทีม 2 ผู้นำทีมที่ 1 มีรูปแบบภาวะผู้นำมุ่งงานผสมผสานกับผู้นำสร้างแรงบันดาลใจ ผู้นำทีม 2 มีรูปแบบภาวะผู้นำแบบชักจูงภายในทีม 1 และทีม 2 มีความสามัคคีแต่เนื่องด้วยผู้ต้องขังทั้ง 2 ทีมนี้หลายคนไม่มีประสบการณ์ทางด้านการเกษตรมาก่อน ส่วนทีมที่มีผลการปฏิบัติงานของทีมอยู่ในระดับต่ำคือทีม 3 และทีม 4 โดยผู้นำทีม 3 มีรูปแบบภาวะผู้นำมุ่งคนและผู้นำทีม 4 มีรูปแบบภาวะผู้นำแบบอำเภผสมผสานแบบมอบหมายงานคือขาดภาวะผู้นำ ทีม 3 และทีม 4 ในทีมไม่มีความสามัคคีเป็นหนึ่งเดียว และผู้ต้องขังหลายคนไม่มีประสบการณ์ด้านการเกษตรมาก่อน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ รูปแบบภาวะผู้นำ ทีม ผลการปฏิบัติงานของทีม ผู้ต้องขัง

¹ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง “ภาวะผู้นำกับผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท” อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ.ดร. จุฑามาศ แก้วพิจิตร คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ABSTRACT

This research paper has objectives to study leadership and team performance of Inmate Biological Way of Life for Sustainable Development Project: Khowplong Temporary Prison of Chainat Provincial Prison and to develop prototype model reflecting Leadership of a leader and Team Performance of Inmate Biological Way of Life for Sustainable Development Project: Khowplong Temporary Prison of Chainat Provincial Prison. This is a qualitative research in which the sample group has 5 teams grouping as 5 leaders of inmate team, 15 members of inmate team and 3 guards of inmate team altogether there are 23 people. Tools for collecting data are semi-structure interview and field note for analyzing qualitative data.

The result found that team with high team performance is Team of 5 leaders having qualification of employee-centered leader mixing with middle of the road management. As for Team 5, many inmates have agricultural experiences beforehand. Teams with moderate team performance are team 1 and 2. The leader of Team 1 has qualification of job-centered leader mixing with inspirational dimension changing leader. The leader of Team 2 has qualification of selling-leader. Unity can be found in both of team 1 and 2 however many members of both teams have no agricultural experiences. Teams with low team performance are Team 3 and 4. The leader of Team 3 has qualification of employee-centered leader and the leader of Team 4 has qualification of impoverished management mixing with delegating-leader which lacks of leadership. There is no unity in both of Team 3 and 4 and many members of both teams have no agricultural experiences.

KEYWORD :Leadership, Leadership Style, Team, Team Performance, Inmate

1. บทนำ

ในอดีตภาวะผู้นำเป็นเรื่องเฉพาะสำหรับผู้บริหารเท่านั้น แต่ในปัจจุบันองค์กรต่างมองเห็นความสำคัญในการพัฒนาความเป็นผู้นำให้กับพนักงาน (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์, 2551: 135) บุคคลที่จะเป็นผู้นำนั้นไม่จำเป็นต้องมีตำแหน่งหัวหน้าหรือได้รับการยอมรับจากผู้อื่นแต่ทุกคนมีศักยภาพพอที่จะเป็นผู้นำได้ (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2549:1) ผู้นำแต่ละคนอาจจะมีรูปแบบภาวะผู้นำที่เหมือนหรือแตกต่างกัน อาจจะเป็นตัวเร่งหรือตัวกลางนำไปสู่การก่อให้เกิดผลงานหรือยับยั้งผลงานได้ (Somech, 2006: 152) ดังนั้นภาวะผู้นำจึงเป็นสิ่งที่น่าค้นหาและเป็นความท้าทายในการที่จะศึกษาหารูปแบบที่เกิดขึ้นเพื่อเชื่อมโยงถึงผลการปฏิบัติงานของทีมที่เกิดจากผู้นำที่มีรูปแบบภาวะผู้นำต่างกัน

เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท มีโครงการชีวิตวิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดำเนินการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงโดยที่วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีชัยนาทมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดความรู้ มีคณะครู และนักศึกษาเข้าร่วมดำเนินการแปลงสาธิต ตลอดจนสนับสนุนปัจจัยการผลิตและวัสดุต่างๆ ในโครงการชีวิตวิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยในขั้นต้น ทางเรือนจำได้แบ่งพื้นที่ทำแปลงสาธิตการเกษตรจำนวน 5 แปลง แปลงละ 5 ไร่ รวม 25 ไร่ โดยใช้กลุ่มจุลินทรีย์ที่มีประสิทธิภาพ (EM) เป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินกิจกรรม (เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท, 2554: 4) โครงการชีวิตวิถีเพื่อการพัฒนา

อย่างยั่งยืนได้สะท้อนให้เห็นถึงภาวะผู้นำที่มีอยู่ในผู้นำทีมผู้ต้องขัง ซึ่งเป็นผลมาจากการได้แสดงออกทางความคิดและลงมือทำงานเป็นทีมร่วมกัน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษารูปแบบภาวะผู้นำกับผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังโครงการชีวิตวิถีใหม่เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท เนื่องจากเป็นเรือนจำที่เข้าโครงการชีวิตวิถีใหม่เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามความร่วมมือระหว่างกรมไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) และ คณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) ได้รับรางวัลประเภทที่ 5 ชุมชนที่ได้รับความรู้และใช้ผลดีเยี่ยม งานวิจัยที่เกี่ยวกับรูปแบบภาวะผู้นำกับผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังมีไม่มากนักงานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นศึกษาภาวะผู้นำในระดับผู้บริหาร การศึกษาในครั้งนี้ผลการศึกษาก็ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อการพัฒนาผู้ต้องขังเรื่องการทำงานร่วมกันในบทบาทที่เป็นผู้นำ การทำงานเป็นทีม ผลการปฏิบัติงานของทีมและการเตรียมความพร้อมก่อนการกลับสู่สังคมของผู้ต้องขังต่อไป

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

2.1 ภาวะผู้นำ

ทฤษฎีภาวะผู้นำมีการจำแนกเป็น 4 ทฤษฎีหลักๆ ที่ใช้อธิบายภาวะผู้นำ การจำแนกทฤษฎีภาวะผู้นำประกอบด้วย คุณลักษณะ พฤติกรรม สถานการณ์ และ แนวใหม่ (Lussier and Achua, 2007: 17) ก่อนสมัยคริสต์กาลจนถึงปี ค.ศ. 1940 มีการศึกษาลักษณะสากลของผู้นำที่มีประสิทธิผล (Schriesheim et al., 1980: 4 อ้างถึงใน ธวัช บุญยณณ์, 2550: 42) สันนิษฐานว่าคุณลักษณะของบุคคลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความแตกต่างระหว่างผู้นำและผู้ที่ไม่เป็นผู้นำ (Robbins and Judge, 2008: 177, Bateman and Snell, 2004: 371 อ้างถึงใน ธวัช บุญยณณ์, 2550: 42 และ วิเชียร วิทญญุต, 2550: 166) ระหว่างปี ค.ศ. 1940 นักพฤติกรรมศาสตร์ได้มีการศึกษามุ่งความสนใจไปที่พฤติกรรมของผู้นำ ผู้นำทำอะไรและเขาทำอย่างไร ผู้นำเน้นที่งานหรือมุ่งเน้นที่ผู้ตาม (ธวัช บุญยณณ์, 2550: 51-52) การศึกษาภาวะผู้นำตามสถานการณ์ เริ่มต้นประมาณ ค.ศ. 1967 พบว่า สถานการณ์ที่แตกต่างกันย่อมต้องการผู้นำที่แตกต่างกัน พฤติกรรมผู้นำแบบต่างๆ มีความเหมาะสมในสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน และประสิทธิผลของผู้นำขึ้นอยู่กับความสอดคล้องระหว่างแบบของผู้นำกับสถานการณ์นั้นๆ สภาพของผู้ตามหรือลูกน้อง (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2551: 177) และทฤษฎีภาวะผู้นำแนวใหม่เป็นทฤษฎีที่พยายามรวมทฤษฎีคุณลักษณะ พฤติกรรม สถานการณ์ เพื่ออธิบายความสำเร็จของผู้นำที่มีต่อผู้ตามและความสัมพันธ์ (Lussier and Achua, 2007: 19)

2.2 ทีม

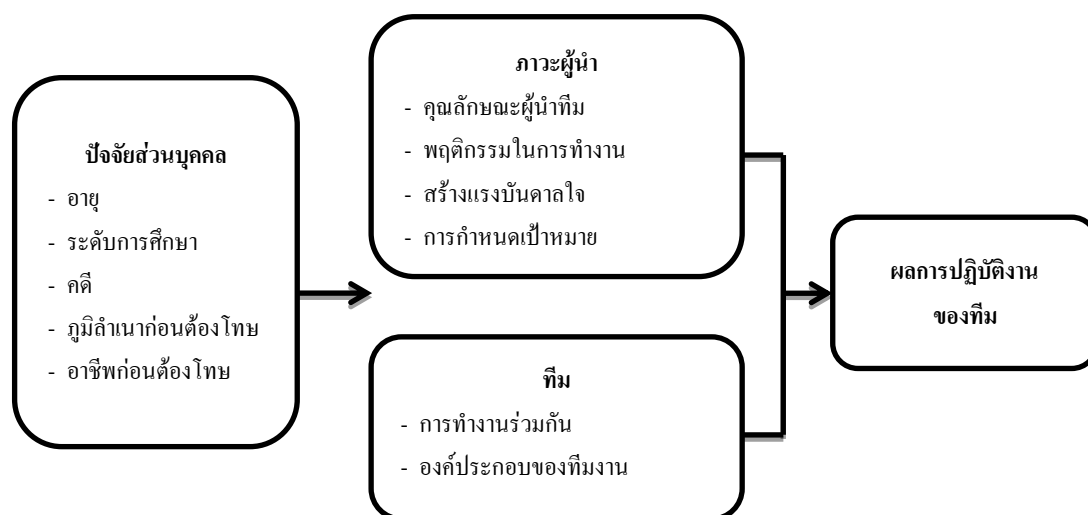
การทำงานเป็นทีมผลงานที่เกิดขึ้นย่อมดีกว่าการทำงานคนเดียว พลังในการทำงานร่วมกันซึ่งเกิดจากการรวมเอาทักษะที่แตกต่างกันหลากหลายประการ และแรงจูงใจของสมาชิกในทีม ทำให้ทีมสามารถที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้เร็วกว่ากลุ่มคนที่มีความสามารถสูงแต่ต่างคนต่างทำงาน (ดอนเนลลอน, 2551: 21-22) ผู้นำที่ดีต้องเป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกและสามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี (วรารักษ์ ตรีภูมิตถะ, 2549: 14) แบ่งงานให้สมาชิกตามความรู้ ความสามารถ (วรารักษ์ ตรีภูมิตถะ, 2549: 25) และสมาชิกที่ดีต้องรู้เป้าหมายของการทำงาน มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี (วรารักษ์ ตรีภูมิตถะ, 2549: 14-15)

2.3 ผลการปฏิบัติงานของทีม

ผลการปฏิบัติงานของทีมโดยทั่วไปพิจารณา 3 ระดับคือ ระดับบุคคล ระดับทีม ระดับองค์การ ประกอบด้วย การพิจารณาปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Throughput) และผลผลิต (Output) (Brannick and Price, 1997: 4)เกณฑ์วัดผลการปฏิบัติงานที่ใช้ประเมินความสำเร็จหรือความล้มเหลวของทีม Hackman (1987 อ้างถึงใน Thompson, 2004: 36) ระบุปัจจัยสำคัญ 3 ปัจจัย ได้แก่ ผลผลิตภาพ (productivity) การทำงานร่วมกัน (cohesion) และการเรียนรู้ (learning) ซึ่งจะเพิ่มปัจจัยตัวที่ 4 คือการบูรณาการ (integration) ที่เสนอโดย Gruenfeld(1998 อ้างถึงใน Thompson, 2004: 36)

2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ในเรื่องภาวะผู้นำ ทีม และผลการปฏิบัติงานของทีม ผู้ศึกษาจึงได้สร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาในครั้งนี้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

3. คำถามวิจัย

1. ภาวะผู้นำในผู้นำทีมผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาทมีรูปแบบใดบ้าง
2. ทีมผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาทมีการทำงานเป็นทีมอย่างไร
3. ผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาทเป็นอย่างไร

4. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำในผู้นำทีมผู้ต้องขังที่อยู่ในโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท
2. เพื่อศึกษาการทำงานเป็นทีมในผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท
3. เพื่อศึกษาผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท
4. เพื่อพัฒนาโมเดลต้นแบบที่สะท้อนภาวะผู้นำทีมผู้ต้องขังกับผลการปฏิบัติงานของทีมในผู้ต้องขังโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท

5. วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลทฤษฎีที่มีผู้ได้ทำการสำรวจหรือเรียบเรียงไว้เรียบร้อยแล้วและศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ 2 วิธี คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสังเกต (Observation) เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือทีมผู้ต้องขังในโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จำนวน 5 ทีม แบ่งเป็นผู้นำทีมผู้ต้องขัง 5 คน สมาชิกในทีมผู้ต้องขังทีมละ 3 คน รวม 15 คน และผู้คุมที่ดูแลทีมผู้ต้องขัง 3 คน รวมทั้งหมด 23 คน โดยใช้เครื่องมือ 2 แบบ ได้แก่แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างและแบบบันทึกภาคสนาม โดยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์มาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์แล้วจึงนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปทดสอบสอบถามความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ให้มีความสามารถในการวัดให้ตรงตามจุดมุ่งหมายแล้วนำไปทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อถามถึงข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็นและรายละเอียดตามแนวคำถามที่ได้เตรียมไว้แล้วมีการบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยการบันทึกเสียงและการจดบันทึกในการสัมภาษณ์ไปควบคุมกันส่วนการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตนั้น ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกภาคสนามเพื่อบันทึกข้อมูลที่ได้ออกการสังเกต จดบันทึกย่อเพื่อบันทึกสิ่งแวดล้อมสถานที่ในทีม ผลผลิต แปลงเกษตร การเลี้ยงสัตว์และอื่นๆ เพื่อเป็นการประกอบข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ร่วมกับการรวบรวมวิธีอื่นๆ เพื่อได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และถูกต้องมากที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูลแหล่งบุคคล ได้แก่ ผู้นำทีมผู้ต้องขัง สมาชิกในทีมผู้ต้องขัง และผู้คุมที่ดูแลทีมผู้ต้องขัง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ และการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 3 วิธี คือ การศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต โดยเอกสารที่นำมาประกอบการวิเคราะห์ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบบันทึกภาคสนามที่ได้จากการสังเกตและข้อมูลทฤษฎีที่มีอยู่แล้วนำมาเอกสารทั้งหมดมาทำการจัดระเบียบข้อมูล ในการจัดระเบียบทางกายภาพข้อมูลนั้น เมื่อผู้วิจัยทำการบันทึกอัดเสียงสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วจะทำการถอดเทปบันทึกเสียงถอดชนิดคำต่อคำโดยรักษาลักษณะที่เป็นธรรมชาติ อารมณ์ความรู้สึกและบรรยากาศของการสนทนาไว้ แล้วจัดเก็บข้อมูลเป็นเรื่องราว ส่วนการจัดระเบียบเนื้อหาข้อมูลเป็นการย่อหรือ

ทอนข้อมูลโดยคัดเอาข้อความต่างๆที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีความหมายตรงประเด็นกับเรื่องที่ศึกษาที่ต้องการวิเคราะห์ออกมา ข้อความที่คัดสรรออกมานั้นจะถูกย่อหรือทอนลงโดยการกำหนดรหัสสั้นๆ ขึ้นมาแทนความสำคัญที่ข้อความนั้นสื่อออกมาแต่ความหมายของข้อความยังอยู่เท่าเดิม หรือเรียกว่าเป็นการให้รหัสข้อมูล (Coding) หลังจากการให้รหัสข้อมูลแล้ว นำข้อมูลนี้ที่แตกเป็นหน่วยย่อยๆ ในตอนให้รหัสกลับเข้ามารวมกัน เพื่อจัดให้เกิดกลุ่มประเภทตามความหมายที่สัมพันธ์กันของข้อความเหล่านั้น โดยจัดรหัสให้เป็นกลุ่มก้อน (Categorization) โดยใช้ประเด็นหรือหัวข้อในการวิเคราะห์ (Themes) คือหัวข้อย่อยในคำถามจากการสัมภาษณ์เป็นแนวทางในการจัดกลุ่ม แล้วทำการเชื่อมโยงประเด็นต่างๆ เข้าด้วยกันตามความสัมพันธ์ที่ประเด็นเหล่านั้นมีต่อกันและนำเสนอในรูปแบบการบรรยายนำไปสู่การตอบคำถามวิจัยที่ตั้งไว้การสรุป ตีความ และตรวจสอบความถูกต้องของผลการวิจัย ผู้วิจัยนำข้อมูลมาย่อต่อเพื่อค้นหาว่ามีสาระสำคัญ ความสัมพันธ์อะไรบางอย่างที่เกิดขึ้น ตีความว่าค้นพบรูปแบบภาวะผู้นำหรือสาระสำคัญนั้นๆ หมายความว่าอย่างไรและการนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางสร้างโมเดลต้นแบบในการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหาร และวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานของทีม ผู้ต้องขังตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยโยงข้อสรุปกลับไปสู่ในเหตุการณ์ใหม่อีกครั้งเพื่อให้แน่ใจว่าบทสรุปที่ได้ถูกต้องเหมาะสมแล้ว นำเชื่อถือ ตรวจสอบความเป็นตัวแทนของข้อมูล (ได้ข้อมูลจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง) ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าหาคำอธิบายอื่นๆ มาอธิบายเพื่อดูว่าคำอธิบายใดมีน้ำหนักมากกว่ากัน เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือในที่สุด

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่นำเสนอครั้งนี้เป็นการนำเสนอผลการวิจัยในประเด็นเรื่องภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ผู้ต้องขังในการทำงานเป็นทีมและผลการปฏิบัติงานของทีมผู้ต้องขังทั้ง 5 ทีมโดยนำเสนอทั้ง 3 ประเด็นในหน่วยของทีม พร้อมทั้งนำเสนอโมเดลต้นแบบในการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้ต้องขังและโมเดลวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานของทีมผู้ต้องขังที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากผลการวิจัยและข้อเสนอแนะที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ผลการปฏิบัติงานของทีม 5 มีผลผลิตปริมาณสูงสุดเนื่องจากผู้ต้องขังในทีม 5 ส่วนใหญ่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการเกษตรมาก่อนผู้นำทีม 5 มีรูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งคนผสมผสานผู้นำแบบพบกันครึ่งทางมีลักษณะเน้นการสนับสนุน ให้สมาชิกมีส่วนร่วมประสานงานการทำงานเป็นทีมของทีม 5 สมาชิกในทีมให้ความร่วมมือในการทำงาน ส่วนทีม 1 และ ทีม 2 ผลการปฏิบัติงานของทีมมีผลผลิตปริมาณปานกลางผู้นำทีม 1 มีรูปแบบภาวะผู้นำมุ่งงานผสมผสานผู้นำการเปลี่ยนแปลงในมิติสร้างแรงบันดาลใจ มุ่งความสำเร็จในงานและเป็นแรงบันดาลใจให้สมาชิกในทีมทำงานให้สำเร็จผู้นำทีม 2 มีรูปแบบภาวะผู้นำแบบชักจูงโดยสั่งงานและสนับสนุนความต้องการของสมาชิกให้โอกาสในการทำงาน เอาใจใส่ในการทำงานเป็นทีมของทีม 1 และทีม 2 สมาชิกในทีมมีความสามัคคี แต่เนื่องด้วยสมาชิกหลายคนไม่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการเกษตรมาก่อนทำให้ผลผลิตที่ได้ไม่ดีเท่าที่ควรและสุดท้ายคือทีม 3 และ ทีม 4 ผลการปฏิบัติงานของทีมมีผลผลิตปริมาณต่ำกว่าทุกๆ ทีม ส่วนหนึ่งมาจากทีมขาดความสามัคคีขาดความร่วมมือของสมาชิกในทีม ผู้นำทีมและสมาชิกในทีมหลายคนไม่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการเกษตรมาก่อน อีกทั้งผู้นำทีมไม่ได้มุ่งมั่นในเรื่องการทำงานมากนัก ส่วนผลการปฏิบัติงานเรื่องการเรียนรู้พบว่าทีม 1 และทีม 2 มีการเรียนรู้สูงกว่าทุกทีมมีโอกาสเปลี่ยนหน้าที่ในการทำงานสูงและได้รับการเน้นจากผู้คุมที่ดูแลทีมให้ผู้ต้องขังได้เรียนรู้งานทำเป็นเหมือนกันหมดรองลงมาคือทีม 5 มีการ

เรียนรู้ระดับปานกลางโดยสมาชิกในทีมหากใครสนใจที่จะเรียนรู้เรื่องใดก็จะทำการเปลี่ยนหน้าที่หรือขอคำแนะนำจากสมาชิกที่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆ ส่วนทีม 3 และ ทีม 4 มีการเรียนรู้ระดับต่ำกว่าทุกทีม โดยสมาชิกในทีมมีโอกาสเปลี่ยนหน้าที่การทำงานในส่วนน้อยทีม 3 ทีม 4 ทีม 5 ไม่ได้รับการมุ่งเน้นจากผู้คุมที่ดูแลทีมให้เปลี่ยนหน้าที่การทำงาน และผลการปฏิบัติงานของทีมในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงพบว่าแต่ละทีมจะคล้ายกันคือมีการปรับตัวในการทำงานร่วมกันในทีมได้ดีขึ้นและในส่วนตัวผู้ต้องขังมีความรู้ทักษะทางการเกษตรเพิ่มขึ้น ใจเย็น มีความอดทนและขยันทำงานมากขึ้น

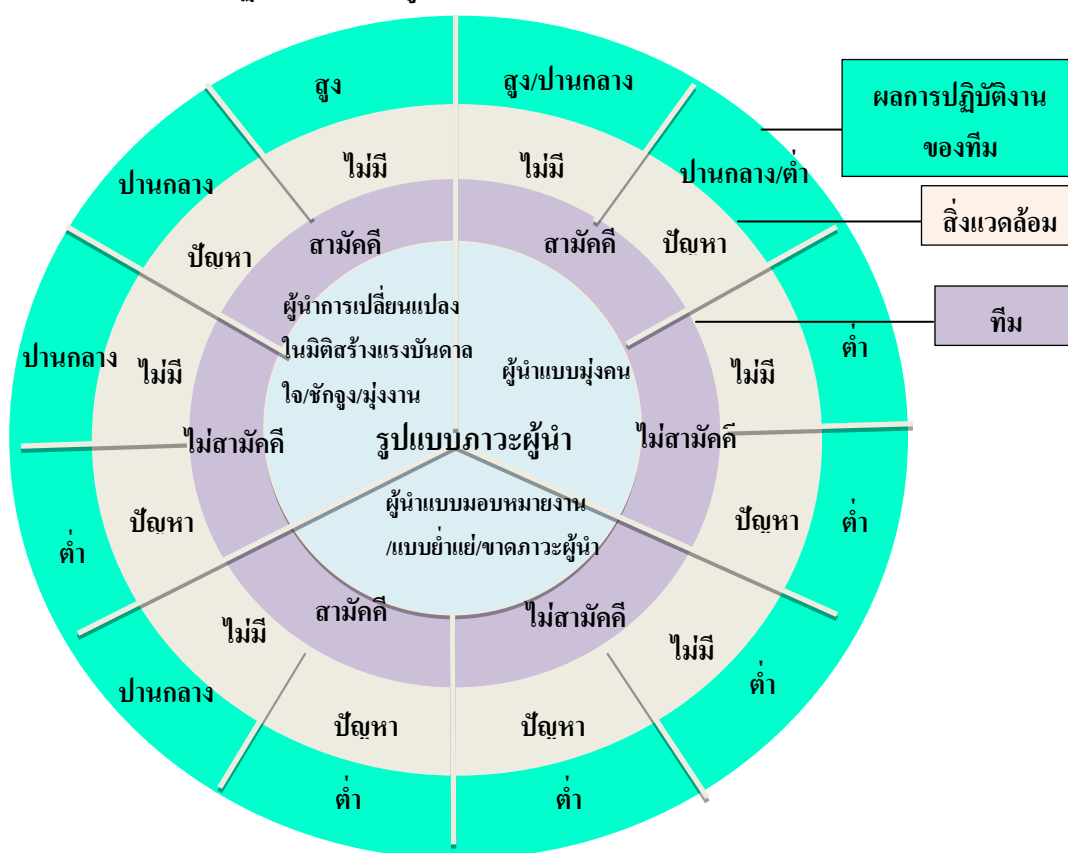
โมเดลต้นแบบในการพัฒนาภาวะผู้นำทีมผู้ต้องขัง



ภาพที่ 2 โมเดลต้นแบบในการพัฒนาภาวะผู้นำทีมผู้ต้องขัง

การพัฒนาภาวะผู้นำทีมผู้ต้องขังควรพัฒนาให้ตัวผู้นำทีมมีองค์ความรู้เรื่องการเกษตร บทบาทหน้าที่ของผู้นำ ได้แก่ การสื่อสารการรักษาความลับแผนการวางแผนและมอบหมายงานการสร้างแรงจูงใจในการทำงานการสร้างบรรยากาศในทีมและการส่งเสริมการทำงานของผู้นำที่ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์และความสำคัญของการทำงาน โดยมีปัจจัยสนับสนุนได้แก่ เรือนจำต้นสังกัด ผู้คุม ภาครัฐและภาคเอกชนและชุมชนที่จะสนับสนุนการพัฒนาภาวะผู้นำทีมผู้ต้องขังให้สามารถพัฒนาไปได้เป็นอย่างดี

โมเดลวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานของทีมผู้ต้องขัง



ภาพที่ 3 โมเดลวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานของทีมผู้ต้องขัง

ผลการปฏิบัติงานในทีมผู้ต้องขังนั้นมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับ 3 สิ่งที่ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของทีมอยู่ในระดับสูง ปานกลาง และต่ำ ได้แก่ รูปแบบภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม และสิ่งแวดล้อม ที่เป็นตัวบ่งชี้ว่าผลการปฏิบัติงานของทีมผู้ต้องขังนั้นจะมีผลการปฏิบัติงานของทีมอยู่ในระดับใด

7. อภิปรายผล

ผลการปฏิบัติงานของทีมในเรื่องผลผลิต ทีม 5 จะมีปริมาณสูงสุด เพราะผู้ต้องขังในทีม 5 ส่วนใหญ่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการเกษตรมาก่อนให้ความร่วมมือในการทำงาน ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ดอนเนลลอน (2551: 21-22) ที่กล่าวว่า พลังในการทำงานร่วมกันรวมเอาทักษะที่แตกต่างกันหลากหลายประสบการณ์ เป็นผลทำให้มีผลการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศและผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Hackman and Steiner (1987, 1972 อ้างถึงใน Thompson, 2004: 24) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่ต้องมีในทีมเพื่อให้เกิดความสำเร็จและมีผลการปฏิบัติงานของทีมที่ประสบความสำเร็จคือเรื่องกลยุทธ์ความร่วมมือ โดยผู้นำทีม 5 มีลักษณะเน้นให้การสนับสนุน ให้สมาชิกมีส่วนร่วม ประสานงานให้งานดำเนินอย่างราบรื่น ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย (2552) ที่ว่า ผู้นำต้องให้ออกาสลงมือปฏิบัติ รับฟังความคิดของผู้อื่น มีเทคนิคในการประสานงานเพื่อที่จะทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งทีม 3 และ ทีม 4 มี

ผลิตภาพที่มีปริมาณต่ำกว่าทุกๆ ทีม เพราะส่วนหนึ่งมาจากในทีมขาดความสามัคคี ขาดความร่วมมือของสมาชิก ในทีมผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของDavis, Steiner and Laughlin (1969, 1972, 1980) อ้างถึงใน Thompson, 2004: 40) ที่กล่าวถึงผลการปฏิบัติงานต่ำกว่า เนื่องจากปัญหาในความร่วมมือและปัญหาเรื่องแรงจูงใจ และผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร ฟูม่น (2542) พบว่าความขัดแย้งที่ก่อให้เกิดผลเสีย ได้แก่ ความขัดแย้งที่เกิดจากบุคลิกภาพส่วนตัว การสื่อสาร ทำให้ความร่วมมือในการทำงานลดลง

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการศึกษาพบว่าทั้ง 5 ทีม มีโอกาสในการเปลี่ยนหน้าที่ในการทำงานต่างกัน ในบางทีมมีโอกาสได้เปลี่ยนหน้าที่การทำงานสูง บางทีมอาจไม่ค่อยได้มีโอกาสเปลี่ยนหน้าที่มากนักซึ่งถ้าหากเรือนจำและผู้คุมส่งเสริมให้ผู้ต้องขังในแต่ละทีมมีการเปลี่ยนหน้าที่การทำงานเพื่อเพิ่มการเรียนรู้และประสบการณ์ในการทำงานจากโครงการ ไม่ว่าจะเป็นการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์หรือเรื่องอื่นๆ ให้ผู้ต้องขังทำเป็นทำได้เหมือนกันหมดทุกคนในทีม เพื่อที่จะนำไปต่อยอดในการประกอบอาชีพได้ภายหลังพ้นโทษ

2) จากผลการศึกษาพบว่าผู้นำทีมมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของทีมโดยถ้าทีมไหนมีผู้นำทีมที่สนใจตั้งใจในการทำงานมีความกระตือรือร้นผลงานของทีมก็ออกมาดีดังนั้นทางเรือนจำหรือผู้คุมที่ดูแลทีมผู้ต้องขังควรให้คำแนะนำใส่ใจเป็นพิเศษในขั้นตอนการเลือกผู้ต้องขังที่จะขึ้นมาเป็นผู้นำทีมเพื่อให้ในทีมมีทำงานอย่างจริงจัง

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตควรทำการศึกษาภาวะผู้นำทีมและผลการปฏิบัติงานของทีมในเรือนจำชั่วคราวแห่งอื่นๆ ที่ได้มีการจัดให้ผู้ต้องขังได้อยู่ร่วมกันเป็นทีม ทำงานร่วมกัน เพื่อให้ทราบถึงความเหมือนหรือความแตกต่างหรือข้อค้นพบอื่นๆ ที่นอกเหนือจากผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้แล้วนำไปปรับปรุงในเรือนจำชั่วคราวแห่งอื่นๆ ได้มีการพัฒนาให้ผู้ต้องขังได้มีความสามารถที่จะนำ อยู่ร่วมกันกับผู้อื่นเพื่อเตรียมความพร้อมในการปลดปล่อยต่อไป

9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผศ.ดร.จุฑามาศ แก้วพิจิตร อาจารย์ที่ปรึกษาฯ ผศ.ดร.วิชัยอุตสาหจิต ประธานกรรมการ วิทยานิพนธ์และ ผศ.ดร.วิวัฒน์ กิตติพิชัยกรรมการวิทยานิพนธ์ที่กรุณาชี้แนะและให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี ขอขอบคุณ เรือนจำชั่วคราวเขาสถาพร สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท ผู้คุมตำรวจ พ่วงมีผู้คุมสรรเสริฐ ธรรมศักดิ์ชัย และผู้คุมไพรัชรัตนบัวพา และผู้ต้องขังทุกคนที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้

10. รายการอ้างอิง

เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย. 2552. “อิทธิพลของพฤติกรรมผู้นำวัฒนธรรมการทำงานในองค์กรและกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท

บัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. 2551. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- คอนเนลลอน, แอนเน. 2551. **ทักษะการบริหารทีม**. แปลจาก Leading Team โดย ไพโรจน์ บาลัน. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เพอร์เน็ท.
- ธวัช บุญยมน. 2550. **ภาวะผู้นำและการเปลี่ยนแปลง**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. 2551. **มนุษยสัมพันธ์: พฤติกรรมมนุษย์ในองค์กร**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรากรณ์ ตระกูลสุยดี. 2549. **การทำงานเป็นทีม**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์. 2549. **รูปแบบภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม**. ค้นวันที่ 26 มกราคม 2553 จาก <http://suthep.cru.in.th/leader24.doc>
- เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง สังกัดเรือนจำจังหวัดชัยนาท. 2554. **เอกสารประกอบการประเมินโครงการชีววิถีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนประเภทที่ 5 ชุมชนที่ได้รับความรู้และใช้ได้ผลดีเยี่ยม**. ชัยนาท: ผู้แต่ง.
- อุมาพร พุ่มน. 2542. “การศึกษาการทำวิจัยเป็นทีมของอาจารย์: การทำวิจัยรายกรณีสถาบันราชภัฏสวนดุสิต”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ** มหาวิทยาลัย.
- Brannick, M.T. and Price, C. 1997. **An Overview of team Performance Measurement Team Performance Assessment and Measurement: Theory, Methods, and Applications**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lussier, R.N. and Achua, C.F. 2007. **Effective Leadership**. (3rd ed). Ohio: South-Western.
- Mannheim, B. and Halamish, H. 2008. “Transformational Leadership as relate to team outcome and contextual moderation”. **Leadership & Organization Development Journal**. 29 (7): 617-630. Retrieved February 7, 2011 from <http://www.emeraldinsight.com/0143-7739.htm>
- Somech, A. 2006. “The Effects of Leadership Style and Team Process on Performance and Innovation in Functionally Heterogeneous Teams”. **Journal of Management**. 32: 132-157. Retrieved February 7, 2011 from <http://jom.sagepub.com/content/32/1/132>
- Thompson, L.L. 2004. **Making the Team: a Guide for Manager**. (2nd ed). New Jersey: Preason Education, Inc.

**การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อพัฒนากระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำในชุมชน
ที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ : กรณีศึกษา ชุมชนบ้านแม่คองซ้าย**

อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่¹

**THE APPLICATION OF APPRECIATIVE INQUIRY FOR SUCCESSION
PLANNING PROCESS DEVELOPMENT OF THE LEADER IN ETHNIC
IDENTITY COMMUNITY : A CASE STUDY OF BAN MAE KONG ZAI,
CHIANG DAO DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE¹**

นายปริวัตร เปลียนศิริ

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

E-mail : frogprince_26@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาชุมชนเพื่อประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการเสนอแผนพัฒนากระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำที่พึงประสงค์ในชุมชนต้นแบบอนุรักษ์ที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกด้วยการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา ค้นหาสิ่งดีๆ ในชุมชนจากกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ ชุมชนบ้านแม่คองซ้าย เลือกผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยแบบลูกโซ่ แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบวิเคราะห์และพัฒนาแผนด้วยการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ (AI: Appreciative Inquiry) ซึ่งอ้างอิงอยู่บนพื้นฐานของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ พบว่า กิจกรรม “ทำแนวกันไฟ” สามารถนำสิ่งที่ค้นพบไปพัฒนาแผนด้วยกระบวนการ Whole-system 4-D Dialogue ประกอบด้วย 1) Discovery-การค้นหาค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดของประสบการณ์ด้านบวก 2) Dream-การสร้างแรงบันดาลใจเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ 3) Design-การออกแบบกลยุทธ์ โครงสร้าง และกระบวนการ 4) Destiny-การไปให้ถึงเป้าหมาย ในชื่อโครงการ 2C “Connector Community : ชุมชนนักประสาน” เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การจากองค์กรที่เป็นทางการสู่องค์กรชุมชนที่ไม่เป็นทางการ ด้วยการบูรณาการองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ได้แก่ สุนทรียศาสตร์ กระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำ และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ นำสู่การแก้ปัญหาการขาดแคลนผู้นำ ให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : สุนทรียศาสตร์ กระบวนการสืบทอดตำแหน่ง อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

¹ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง “การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อพัฒนากระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำในชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านแม่คองซ้าย อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่” อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ. ดร. วาสิตา บุญสาธิต คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ABSTRACT

Purpose -The purpose of this paper was applied appreciative inquiry to propose a plan for Succession Planning Process for leader in an ethnic identity community.

Design/methodology/approach - Qualitative research with action research case study of Ban Mae Kong Zai, Chiang Dao District, Chiang Mai Province, was used for data collection with indepth studies of ethnography. The objective was to explore positive aspects of leadership development in an ethnic community. Seven participants were selected using snowball sampling method. Data triangulation, and methodological triangulation were used. Appreciative inquiry was the main framework for this study.

Findings - The activity call “Fire barrier” led to 4-D Dialogue system which contained 1) Discovery 2) Dream 3) Design 4) Destiny in a project name 2C “Connector Community”

Originality/value - The project was the application of human resources and organizational development, theories from formal to informal organizations with the integration of AI, Succession Planning and Ethnic Identity. The results can help the community with succession planning, self-reliance and sustainability.

KEYWORDS : Appreciative Inquiry, Succession Planning, Ethnic Identity

1. บทนำ

การพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (2550-2554) กระทั่งปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับแนวคิด “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” (Sustainable Development) เปลี่ยนกระบวนการพัฒนาใหม่โดยให้ “คน” เป็นศูนย์กลางการพัฒนาที่บูรณาการทุกด้านเพื่อความอยู่ดีมีสุขอย่างสมดุลยั่งยืน (ธวัชชัย เฟื่องพินิจ, 2553) จากการศึกษาวิจัยของครัวชาบ้าน 9 องค์กร ของสมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2540) พบ การพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน 3 แนวทาง 1) การพัฒนาโดยภาครัฐและเอกชนที่ให้องค์กรชาบ้านมีส่วนร่วม ในการดำเนินการ 2) การพัฒนาองค์กรชาบ้านที่เริ่มขึ้นใหม่ด้วยการเรียนรู้ปัญหาแบบมีส่วนร่วม 3) การพัฒนา องค์กรชาบ้านที่มีอยู่แล้วให้พัฒนาผู้นำ เพิ่มพูนประสบการณ์ และสร้างการมีส่วนร่วมกับองค์กรต่างๆ

ชุมชนบ้านแม่ทองซ้าย อ. เชียงดาว จ. เชียงใหม่ เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอที่ได้รับรางวัลลูกโลก สีเขียว “ลีปพนนท์ เกตุทัต 5 ปี แห่งความยั่งยืน” จาก ปตท. โดยช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายนของทุกปี ชาบ้าน จะช่วยกันทำแนวกันไฟกว้าง 6 เมตร ยาว 30 กิโลเมตร โอบรอบป่าต้นน้ำ 15,000 ไร่ เพื่อป้องกันไฟป่า ภูมิปัญญา ครั้งบรรพชนได้สอนให้ชุมชนจำแนกการใช้ประโยชน์จากป่าอย่างชัดเจน แบ่งเป็นป่าพิธีกรรม ป่าใช้สอย และป่า อนุรักษ์ (วันชัย ตันติวิทยพิทักษ์, 2551) กลุ่มชาติพันธุ์นี้มีอัตลักษณ์ที่เป็นพลวัตขับเคลื่อนบทบาทในการอนุรักษ์ ผืนป่าทางภาคเหนือของประเทศไทย แต่ปัจจุบันชุมชนกำลังประสบปัญหาการขาดแคลนผู้นำ เนื่องจากผู้นำที่สืบ ทอดทางสายเลือด “ฮีโซ” ได้ขาดช่วง และ “ผู้นำตามธรรมชาติ” ด้านการอนุรักษ์ป่าของชุมชนได้ชราภาพลง ประกอบกับการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนต้องมีผู้นำเป็นแกนสำคัญ ดังนั้น ผู้ศึกษาวิจัยจึงมีความสนใจ

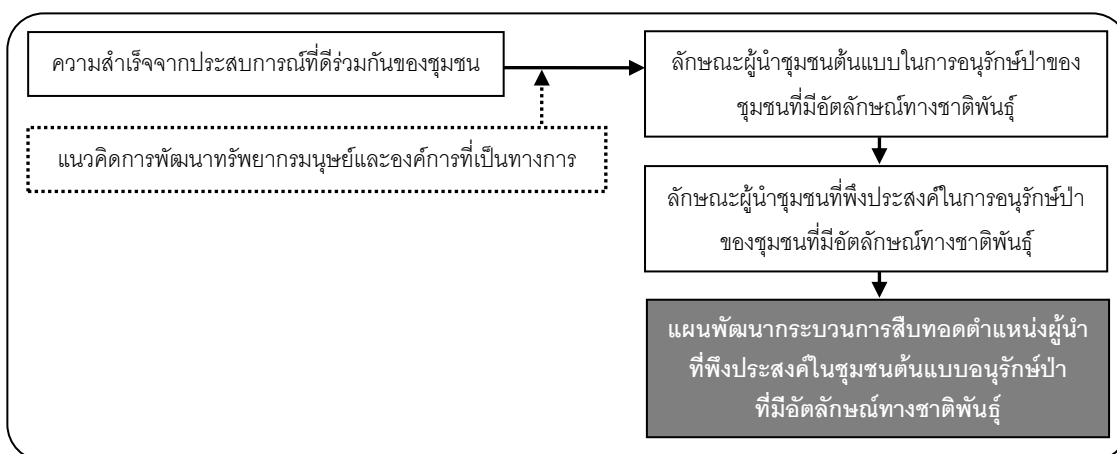
ประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การที่เป็นทางการ เพื่อพัฒนาองค์กรชุมชนที่ไม่เป็นทางการด้วยสุนทรียสาธก (AI : Appreciative Inquiry) กระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำ (Succession Planning) และแนวคิดอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (Ethnic Identity) เป็นการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกในการค้นหาความสำเร็จจากประสบการณ์ที่ดีร่วมกันของชุมชน พัฒนาจากศักยภาพของชุมชน แล้วเสนอแผนพัฒนากระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำที่มาจากทุนของชุมชนซึ่งก็คืออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพิงตนเองได้อย่างยั่งยืน

คำถามวิจัย

- 1) ลักษณะผู้นำชุมชนต้นแบบในการอนุรักษ์ป่าของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นอย่างไร?
- 2) ลักษณะผู้นำชุมชนที่พึงประสงค์ในการอนุรักษ์ป่าของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นอย่างไร?
- 3) แผนพัฒนากระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำที่พึงประสงค์ในชุมชนต้นแบบอนุรักษ์ป่าที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นอย่างไร?

การนำเสนอบทความในครั้งนี้ เป็นการนำเสนอในส่วนคำถามวิจัยที่ 3 ซึ่งก่อนที่จะทราบถึงแผนที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในบทความครั้งนี้ ต้องทราบถึงลักษณะผู้นำชุมชนต้นแบบและลักษณะผู้นำชุมชนที่พึงประสงค์ จากนั้นนำแก่นแห่งความสำเร็จ (Positive Core) ที่ได้จากคำถามวิจัยที่ 1-2 มาพัฒนาเป็นแผนเพื่อตอบคำถามวิจัยที่ 3 ซึ่งเป็นผลการวิจัยส่วนสุดท้ายของการวิจัยครั้งนี้

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

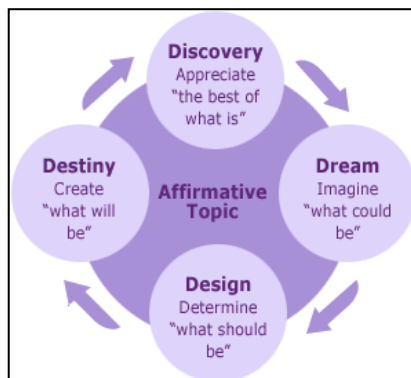


ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

2.1 สุนทรียสาธก (AI : Appreciative Inquiry)

Cooperrider D.L. & Whitney D. (2005 quoted in Pinyo Rattanaphan, 2010) กล่าวว่าสุนทรียสาธกเป็นเครื่องมือค้นหาศักยภาพและสร้างอนาคตจากสิ่งที่ดีที่มีอยู่แล้ว ด้วยกระบวนการ Whole-system 4-D Dialogue ประกอบด้วย 1) Discovery-การค้นหาลักษณะที่ดีที่สุดของประสบการณ์ด้านบวก 2) Dream-การสร้างแรงบันดาลใจเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ด้วยการตั้งคำถามถึงความฝันต่อองค์กร 3) Design-การออกแบบกลยุทธ์ โครงสร้างและกระบวนการ 4) Destiny-การไปให้ถึงเป้าหมาย นำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้ AI เป็น

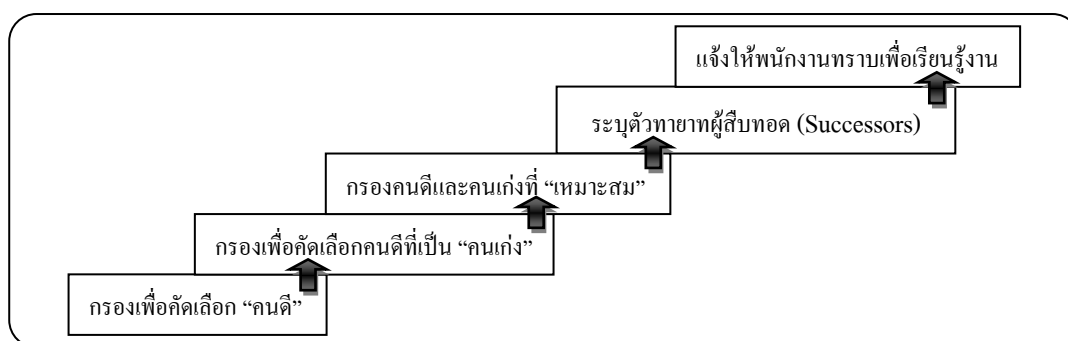
กรอบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ด้วยการพัฒนาองค์การ (Organization Development) ในเชิงบวก ดังภาพ



ภาพประกอบ 3 กระบวนการ Whole-system 4-D Dialogue

2.2 กระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำ (Succession Planning)

การวางแผนการสืบทอดตำแหน่งเป็นกระบวนการที่เอื้ออำนวยให้องค์กรมีบุคลากรพร้อมเมื่อถึงเวลาที่ต้องการโดยไม่ขาดตอน โดยจัดทำเฉพาะตำแหน่งที่สำคัญ เช่น ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ด้วยการกำหนดพัฒนาบุคคลที่จะเป็นทายาท (Successor) อย่างเป็นระบบระยะยาว ทั้งนี้การวางแผนสืบทอดตำแหน่งต้องมองไปข้างหน้าอย่างน้อย 5 ปี ว่าต้องการผู้สืบทอดตำแหน่ง ณ จุดใดบ้าง มีการคาดคะเนบุคคลที่สมควรได้รับการเลื่อนตำแหน่งในอนาคต (Promote ability Forecast) ซึ่งปัจจัยของความสำเร็จในการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง คือ การค้นหาด้วยการคัดเลือก 3 ระดับ คือ 1) การกรองเพื่อคัดเลือก “คนดี” 2) การกรองเพื่อคัดเลือกคนดีที่เป็น “คนเก่ง” 3) การกรองเพื่อคัดเลือกคนดีและคนเก่งที่ “เหมาะสม” และต้องระบุตัวทายาทผู้สืบทอดตำแหน่งจากการประเมินและวิเคราะห์ศักยภาพผลงานของพนักงานซึ่งมีการแจ้งให้พนักงานทราบล่วงหน้าเพื่อเตรียมรับมือเรียนรู้งานต่อไป (ชำนาญ พิมลรัตน์, 2548; ศิริยุพา รุ่งเรืองสุข, 2550; คริสมาศ สุกทนต์, 2552; คณินนิช อนุโรจน์, 2553) การนำแนวคิดนี้ไปใช้กับชุมชนต้องมีการปรับใช้โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่เป็นบริบทของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอด้วย ดังภาพ



ภาพประกอบ 2 กระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำในองค์กรที่เป็นทางการ

2.3 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (Ethnic Identity)

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ คือ การนิยามตัวตนในความเหมือนและความแตกต่างระหว่างกลุ่มตนกับกลุ่มอื่น โดยอาศัยเส้นพรมแดนทางชาติพันธุ์เป็นตัวแบ่ง เมื่อเวลาผ่านไป บริบทเปลี่ยนไปจึงมีการปรับอัตลักษณ์ขึ้นใหม่บนพื้นฐานการดำรงอัตลักษณ์เดิมที่มีคุณค่า (Keyes, 1979; Hall, 1996; Gillian, 1997) จากการศึกษาของ มงคล พนมมิตร (2551) พบว่าศักยภาพจากการดำรงรักษาอัตลักษณ์ มีผลทำให้ 1) คนในชุมชนมีสัมพันธที่ดีต่อกัน พึ่งพาช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน 2) ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของชุมชนได้รับการดูแลรักษา 3) วัฒนธรรมประเพณี และความรู้ภูมิปัญญาคุณค่าของชุมชนได้รับการสืบทอด 4) ได้รับการยอมรับว่าเป็นชุมชนที่มีค่าในสายตาของชุมชนอื่น การวิจัยครั้งนี้มีอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอเป็นบริบทที่ผู้วิจัยต้องศึกษาถึงพลวัตในการขับเคลื่อนการพัฒนาก้าวหน้าของชุมชน และการแสดงบทบาทของชุมชนในการเป็นนักรุกเบิกป่าที่ส่งผลให้ชุมชนประสบความสำเร็จกระทั่งปัจจุบัน ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำความสำเร็จจากประสบการณ์ที่ร่วมกันของชุมชนมาพัฒนาเป็นแผนกระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำต่อไป

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาชุมชนนำไปสู่การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการเสนอแผนพัฒนากระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำที่พึงประสงค์ในชุมชนต้นแบบอนุรักษ์ป่าที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

4. วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) ระยะเวลา 2 เดือน โดยใช้กรอบสุนทรียศาสตร์ (AI : Appreciative Inquiry) เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรเชิงบวกร่วมกับบริบทของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (Ethnic Identity)

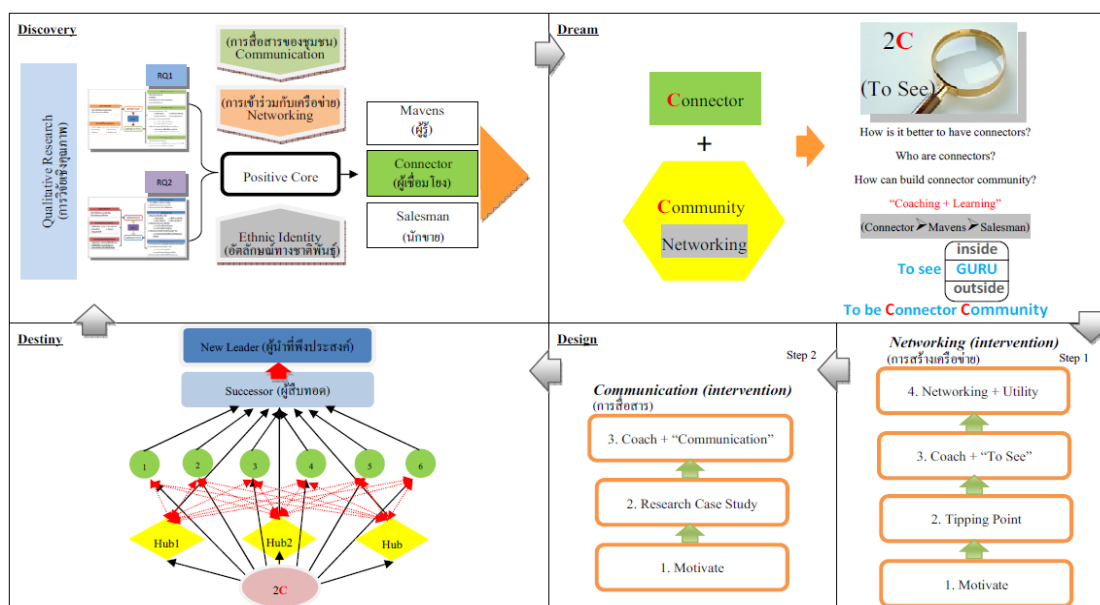
ศึกษาจากกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอในชุมชนบ้านแม่คงซ้ายจำนวน 115 คน เลือกผู้มีส่วนร่วมแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยผู้มีส่วนร่วมลำดับแรก เลือกจากผู้นำตามธรรมชาติ ที่เป็นผู้นำชุมชนต้นแบบในการอนุรักษ์ป่าของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจจากความเห็น ความเชื่อในสายตาของคนในชุมชน การคัดกรองด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ประกอบกับการสอบถามและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งผู้นำตามธรรมชาติต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทในการกระทำการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของคนในชุมชน ต้องเป็นผู้ที่คนในชุมชนให้ความศรัทธา เชื่อถือ และตำแหน่งไม่ได้มาจากการแต่งตั้งจากหน่วยงานราชการ ได้ผู้นำคือ “นายแก้ว ลาติ” จากนั้นให้ผู้นำแนะนำสมาชิกในชุมชนที่สามารถให้ข้อมูลได้ และให้สมาชิกในชุมชนแนะนำต่อ ได้ผู้มีส่วนร่วม 7 คน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ตั้งคำถามเชิงบวกเพื่อค้นหาสิ่งดีๆ ในชุมชน ตัวอย่างข้อคำถาม “ประสบการณ์ที่ดีที่สุด หรือกิจกรรมที่ได้ทำร่วมกับชุมชนแล้วมีความสุขที่สุดมีไหมครับ ลองเล่าให้ฟังหน่อย?” “หากคุณมีเวทมนตร์ สามารถเสกสิ่งดีๆ ให้เกิดขึ้นในอนาคต อยากจะเสกอะไรให้ชุมชนนี้?” 2) แผนพัฒนาองค์กร 3) แบบบันทึกภาคสนาม

เก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) ตรวจสอบความตรง (Internal Validity) ด้วยสามเส้าด้านข้อมูลจากแหล่งที่มา (Data Triangulation) ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูลแล้ว นำข้อมูลมาเขียนขึ้นกัน (Methodological Triangulation) วิเคราะห์ตีความแบบอุปนัย (Analytic Induction) ด้วยการสร้างข้อสรุปข้อมูลจากสิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรม หรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น หารูปแบบพฤติกรรมหรือข้อเท็จจริง และให้คำอธิบายหรือให้ความหมายแก่พฤติกรรม จากนั้นทำประชาคมหมู่บ้าน เป็นการตรวจสอบความตรงของข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) และส่งมอบแผนให้ผู้รับผิดชอบไปปฏิบัติใช้จริง

5. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่น่าสนใจในครั้งนี้เป็นการเสนอในส่วนของการวิจัยที่ 3 ลักษณะแผนเป็นการพัฒนาจากศักยภาพความสำเร็จของชุมชนที่พบลักษณะของผู้นำต้นแบบและลักษณะของผู้นำที่พึงประสงค์ (คำถามวิจัยที่ 1-2) แล้วประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ ด้วยกระบวนการ Whole-system 4-D Dialogue ของ Cooperrider D.L. & Whitney D. (2005 quoted in Pinyo Rattanaphan, 2010) ในการเสนอแผน ดังภาพ



ภาพประกอบ 4 แผนพัฒนากระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำที่พึงประสงค์ในชุมชนต้นแบบอนุรักษ์ป่าที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

5.1 Discovery

การเก็บรวบรวม การตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาศักยภาพจากความสำเร็จของชุมชน พบว่า กิจกรรม “ทำเนกกันไฟ” ได้ส่งผ่านเรื่องราวความสำเร็จของชุมชน ทำให้ทราบถึงลักษณะผู้นำชุมชนต้นแบบและลักษณะผู้นำชุมชนที่พึงประสงค์ในการอนุรักษ์ป่าของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (คำถามวิจัยที่ 1-2) พบแก่นแห่งความสำเร็จ (Positive Core) ว่าผู้สืบทอดตำแหน่งผู้นำชุมชน (Successor) เป็นผู้มีความรู้คุณลักษณะส่วนบุคคล และคุณลักษณะในการทำงาน (คำถามวิจัยที่ 1-2) ที่พัฒนาขึ้นจากผู้ดำรงบทบาทเป็นนักประสาน หรือ ผู้เชื่อมโยง (Connector) (Gladwell, 2000) และปัจจัยบริบทของชุมชนที่สนับสนุนการ

พัฒนาภาวะผู้นำและชุมชนจนประสบความสำเร็จประกอบด้วย 1) การสื่อสารของชุมชน 2) อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ และ 3) การเข้าร่วมกับเครือข่าย

จากบทสัมภาษณ์ คุณอีแก กล่าวถึงบทบาทของผู้นำ ลักษณะการพัฒนาภาวะผู้นำ และความตระหนักของผู้นำเกี่ยวกับภาวะขาดแคลนผู้นำของชุมชนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ว่า

“ก็ไป อย่างพะติแก้วก็พูด ถ้าเราไปประชุมรู้จักคน ก็ไปหลายครั้ง เราก็จะรู้เอง ไม่ว่า อะไร ทางไหนเนี่ย เราจะรู้เอง / ก็เคยบอก พูดตลอด ทุกครั้งที่ไปประชุมนี้ แกก็จะพูดออกมา ให้พะติแก้ว ไป ไป ไป แล้ว ถ้าไม่มีคนไปด้วยแล้วถ้า พะติแก้วตายไป” (สัมภาษณ์วันที่ 27 พฤศจิกายน 2554)

5.2 Dream

ฝันที่ร่วมกันวาดกับชุมชน คือ การพัฒนาทุกคนในชุมชนให้เป็นผู้ประสาน โดยการถามแบบสอนงาน (Coaching) และให้ชุมชนเรียนรู้ด้วยตนเอง (Learning) เพื่อสร้างความตระหนักในการต้องทำการเปลี่ยนแปลง (Sense of urgency) ให้เกิดกับชุมชน ด้วยการยกตัวอย่างงานวิจัยจากชุมชนที่ประสบความสำเร็จ (Research Case Study) แล้วให้ผู้นำชุมชนเป็นแกนนำหลักในการดำเนินการ ส่วนผู้ศึกษาวิจัยมีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) ตัวอย่างคำถาม “การที่ชุมชนยังอยู่ได้จนถึงทุกวันนี้เกิดจากผู้นำที่มีลักษณะเป็นอย่างไร?” “ถ้าทุกคนในชุมชนสามารถเป็นผู้ประสานได้ละ จะเป็นอย่างไร?” “ถ้าปล่อยให้ผู้นำทำอยู่คนเดียวอนาคตจะเป็นอย่างไร?”

5.3 Design

จัดทำโครงการ 2C “Connector Community : ชุมชนนักประสาน” ใช้กลยุทธ์ “Too See” ค้นหาผู้รู้ : ในชุมชน นอกชุมชน ชุมชนนักประสาน มีเครื่องมือในการพัฒนาองค์กร (Tools Intervention) คือ การสร้างเครือข่าย (Networking) และการสื่อสาร (Communication) สอนด้วยการตั้งคำถาม (Coaching) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Learning) เป็นการพัฒนาศาสนิกในชุมชนให้เป็นนักประสานที่ค้นหาผู้รู้เป็น มีประโยชน์ในการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยการลดการพึ่งพิงผู้นำเพียงคนเดียว มาเป็นการพึ่งพิงเครือข่ายของผู้ประสานในชุมชน

5.4 Destiny

ส่งมอบโครงการให้ชุมชนดำเนินการด้วยการแต่งตั้งผู้มีจิตอาสาเป็นผู้เชื่อมต่อของเครือข่าย “HUB” ได้ผู้มีจิตอาสา 3 คน เป็นชาย 2 คน หญิง 1 คน ซึ่งมีบทบาทในการสื่อสารและสร้างเครือข่ายทั้งในชุมชนและนอกชุมชน หากผู้นำติดภารกิจให้ประสานขอความช่วยเหลือจาก HUB เป็นหลัก ซึ่งทุกคนในชุมชนสามารถพัฒนาตนเองเป็นผู้ประสานเชื่อมโยง (Connector) ผู้รู้ (Mavens) หรือนักขาย (Salesman) (Gladwell, 2000) ด้วยการสร้างบรรยากาศของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมกับชุมชนผ่านกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ 1) การจัดการและอนุรักษ์ป่าทั้งในและนอกชุมชน 2) การให้ข้อมูลชุมชนแก่ผู้มาศึกษาชุมชน 3) การศึกษาดูงาน 4) การเข้าร่วมกับเครือข่าย 5) การสื่อสารความรู้แก่คนในชุมชนและนอกชุมชน ผู้ประสานทุกคนสามารถพัฒนาเป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) และเป็นผู้ที่พึงประสงค์ของชุมชนได้ เป็นการพัฒนากายใต้บริบทของชุมชนที่สามารถทำได้จริง

6. อภิปรายผล

จากกิจกรรม “ทำเนวกันไฟ” สามารถนำสิ่งที่ค้นพบไปพัฒนากระบวนการสืบทอดตำแหน่งผู้นำที่พึงประสงค์ในชุมชนต้นแบบอนุรักษ์ป่าที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ สอดคล้องกับเป้าหมายการพึ่งพิงตนเองและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชน ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของสมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2540) ว่า

การพัฒนาองค์กรชาวบ้านที่มีอยู่แล้วให้พัฒนาผู้นำ เพิ่มพูนประสบการณ์ และสร้างการมีส่วนร่วมกับองค์กรต่างๆ โดยแผนนี้พัฒนาขึ้นจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งชุมชนมีบริบทของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และเป็นองค์กรชุมชนที่ไม่เป็นทางการ จึงไม่สามารถระบุตัวผู้สืบทอดเพื่อเตรียมรับมอบเรียนรู้งานได้ ทั้งนี้อาจมีผลกระทบต่อความสามัคคี และการมีส่วนร่วมในชุมชน จึงต้องพัฒนาด้วยการระบุคุณลักษณะของผู้นำที่พึงประสงค์ และพัฒนาแผนสืบทอดผู้นำจากศักยภาพตามแนวทางที่ชุมชนปฏิบัติอยู่แล้ว คือการพัฒนาทุกคนให้เป็นผู้ประสานเตรียมพร้อมสู่การเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งผู้นำ จากนั้นชุมชนจะให้การยอมรับผู้นำที่มีลักษณะสอดคล้องกับภาพของผู้นำที่พึงประสงค์ที่สมาชิกของชุมชนได้ร่วมกันรังสรรค์ขึ้น เป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลนผู้นำอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งพิงตนเอง และมีการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในเบื้องต้นผู้วิจัยวางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) เป็นระยะเวลา 2 เดือน แต่ชุมชนและผู้ให้ข้อมูลมีความร่วมมือเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเป็นอย่างมาก สามารถเก็บข้อมูลได้เสร็จภายใน 1 เดือน อีกทั้งผู้นำชุมชน “นายแก้ว คาคี” ยังกล่าวในการทำประชาคม (Member Checking) ถึงผลการวิจัย และการได้ผู้มีจิตอาสาเป็นผู้เชื่อมต่อของเครือข่าย 3 คน ที่ถือได้ว่าเป็นความสำเร็จของการวิจัยครั้งนี้ว่า

“พูดถึงผู้นำนี้มันตายได้ 3 อย่าง ถ้ามี 3 คนนี้มันตายยาก ตายเพราะหมดอายุแล้ว อีกอย่างหนึ่งตายเพราะมันเบื่อมันก็ตายอยู่เหมือนกัน อีกอย่างหนึ่งเนี่ยมันหนีไปสู่วิถีไม่ไหวแล้ว ถ้ามันทำจนตายเพราะหมดอายุแล้วเนี่ยมันยังมีชื่อเสียงอยู่ ถ้ามันตายอย่างอื่น ไม่มีชื่อเสียงแล้ว ถ้ามี 3 คนมาช่วยงานชุมชนนี้มันตายยาก” (ประชาคมหมู่บ้าน วันที่ 8 สิงหาคม 2555)

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติใช้

สมาชิกชุมชนต้องพยายามพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประสาน พัฒนาและขยายเครือข่ายผู้ประสานด้วยการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ได้แก่ การเข้าร่วมเครือข่ายต่างๆ นอกชุมชน การศึกษาดูงาน การติดตามผู้นำในการประชุมต่างๆ จนสามารถพัฒนาตนเองและชุมชนให้เป็นต้นแบบของชุมชนที่พึ่งตนเองด้วยการวางแผนสืบทอดตำแหน่งผู้นำชุมชนที่สามารถให้ความรู้ในการวางแผนสืบทอดตำแหน่งผู้นำชุมชนแก่ชุมชนอื่นๆ ได้

7.2 ข้อเสนอแนะทางวิชาการสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) การพัฒนาองค์กรชุมชน นักพัฒนาควรให้ความสำคัญกับบริบทของชุมชนที่แตกต่างกัน ประกอบกับการนำแนวคิดทฤษฎีต่างๆ มาใช้ในสถานการณ์จริงต้องมีการปรับใช้ และความยั่งยืนจากการพัฒนาจะเกิดขึ้นได้เมื่อการพัฒนานั้นมาจากทุนทางสังคมของชุมชน

2) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาแผนในบริบทชุมชนอื่นๆ เพื่อให้ได้แผนพัฒนาระบบการสืบทอดตำแหน่งผู้นำที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนนั้น อีกทั้งควรศึกษา รูปแบบการสื่อสาร รูปแบบเครือข่าย รูปแบบการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนและการพัฒนาชุมชนพึ่งตนเองอย่างยั่งยืนด้วย

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ที่ได้สนับสนุนทุนวิจัยจนสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ใช้ความรู้ด้านบริหารการพัฒนาในการพัฒนาประเทศชาติด้วยการวิจัยที่มีส่วนร่วมกับชุมชนครั้งนี้

9. รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

มงคล พนมมิตร. 2551. “การดำรงอัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มน้อยในภาคเหนือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์. 2551. **ปาสร้างชุมชน ชุมชนสร้างป่า หนึ่งทศวรรษรางวัลลูกโลกสีเขียว (2542-2551).** (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพมหานคร: ทวีวัฒนาการพิมพ์.

สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ. 2540. **การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน.** ขอนแก่น: สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ภาษาอังกฤษ

Gillian , Rose. 1997. “Performing Inoperative Community: The Space and the Resistance of Some Community Atrs Projects”. In **Geographies of Resistance.** Steve Pile and Michael Keith, eds. London and New york Routledge. Pp. 184-202.

Gladwell, Malcolm. 2000. **The TIPPING POINT** จุดชนวนคิดพลิกสถานการณ์. แปลจาก The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference. โดย ยาดา สุยะเวช. กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.

Hall, Stuart. 1996. “New Ethnicity.” In **Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies.** David M.and Kuan-Shing C, eds. London and Newyork: Routledge. Pp. 442-451.

Keyes, Charles F. 1979. **Ethnic Adaptation and Identity : The Karen on the Thai Frontier with Burma.** Pennsylvania : Institute for the Human Issues.

เว็บไซต์

คณินิจ อนุโรจน์. 2553. **ความสำคัญจากระบบ Succession Plan.** ค้นเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2553 จาก <http://www.researchers.in.th/file/anuroj48/SuccessionK.pdf>

คริสมาส สุกทนต์. 2552. **การสืบทอดตำแหน่ง “ผู้นำที่ยั่งยืน”.** ค้นเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2553 จาก <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=anotherside&month=05-2009&date=31&group=27&gblog=120>

รัชชัย เฟื่องพินิจ. 2553. **การพัฒนาอย่างยั่งยืน” กับหลักไตรลักษณ์.** ค้นเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2553 จาก <http://www.ryt9.com/s/tpd/899164>

ชำนาญ พิมพ์รัตน์. 2548. **การวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง. Recuite Update.** 422(16-31 มีนาคม). ค้นเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2553 จาก http://www.siamhrm.com/report/hr_report.php?max=343

ศิริยุพา รุ่งเรืองสุข. 2550. **Succession planning** วางแผนหาผู้สืบทอดตำแหน่งเชิงรุก (ตอน 1). ค้นเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2553 จาก <http://www.siamhrm.com/?name=article&file=read&max=373>

Pinyo Rattanaphan. 2010. "Impact of Organizational Development Interventions on Human Capital: A Case Study of Thailand Appreciative Inquiry Network." **AU-GSB e-JOURNAL**. 3(September): 33-44.
Retrieved July 19, 2012 from <http://gsbejournal.au.edu/GP/Publication1/4.pdf>

**ปัจจัยด้าน การพัฒนาฝึกอบรม บรรยากาศองค์กร ความมั่นคงในการทำงาน ที่ส่งผลต่อ
สมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี
TRAINING AND DEVELOPMENT, ORGANIZATIONAL ATMOSPHERE
AND JOB SECURITY FACTORS AFFECTING THE OPERATIONAL
COMPETENCIES OF EMPLOYEES IN MANUFACTURING INDUSTRY IN
SARABURI PROVINCE**

อภิรักษ์ บุญสมวล

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

E-mail : apirak.bboun@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงาน ที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง อายุ 25-35 ปี ระดับการศึกษา ม.ปลาย, ปวช.หรือเทียบเท่า ประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป ระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานในด้าน ความสามารถในการทำงานเป็นทีม มากที่สุดรองลงมาคือ ด้านจริยธรรมและคุณธรรม ความสามารถด้านเทคนิคปฏิบัติการ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ ความสามารถในการบริหารจัดการ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหา ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม บรรยากาศองค์กร ความมั่นคงในการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม และด้านบรรยากาศองค์กร มีอิทธิพลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน แต่ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงานไม่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : สมรรถนะในการปฏิบัติงาน การพัฒนาฝึกอบรม บรรยากาศองค์กร ความมั่นคงในการทำงาน

ABSTRACT

The objectives of this research study are 1) Operational competencies of employees, the important level factors in the training and development, organizational atmosphere, job security of the employees; 2) To study the influence factors in the training and development, organizational atmosphere and job security that affect to operational competencies of employees. Representative sample group is 400 people of employees that operate in the manufacturing industry of Saraburi Province. The data was analyzed by descriptive statistics, multiple regression analysis at statistical significant level 0.05. The results of this research found that most of representative sample group was woman aged between 25 and 35 years, and had high school, vocational and diploma level or equivalent of education, working experience more than 10 years. The average overall of competencies level in the operational work of representative sample group was high level. The competencies level in terms of ability to work as a team had ground the highest level. The secondary level was consisted of the ethical and moral, operations technical capabilities, achievement focused, ability to management, ability to analytical thinking and problem solving, ability to use computers and information technology respectively. Factors in the training and development, organizational atmosphere, job security of sample group had overall average ground high level. Factors in the training and development, organizational atmosphere had influenced to the operational competencies of employees but factor in the job security had not influenced to the operational competencies of employees were significant at 0.05 level.

KEYWORDS: The operational competencies, Training and Development, Organizational atmosphere, Job security

1. บทนำ

ความสำเร็จของการบริหารองค์การขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งรวมทั้งการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และภารกิจที่ทำนายขององค์การในยุคปัจจุบันก็คือ การปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญคือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้สูงสุด อย่างไรก็ตาม การที่จะทำเช่นนั้นได้ต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพ และศักยภาพที่เหมาะสมเป็นพลังผลักดันที่สำคัญโดยปัจจัยที่สำคัญที่สนับสนุนให้ภารกิจต่างๆเหล่านั้นประสบผลสำเร็จคือ สมรรถนะ และยังมีปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลในการกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาสมรรถนะด้านต่างๆ และเนื่องด้วยอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศนั้นจะขึ้นอยู่กับอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ประชาชาติซึ่งจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ในสาขาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสาขาเกษตรกรรม สาขาพาณิชยกรรม สาขาการค้าการเงินและสาขาอุตสาหกรรม แต่สาขาที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศคือ ภาคอุตสาหกรรมการผลิต อีกทั้งจังหวัดสระบุรีเป็นจังหวัดที่มีองค์กรหรือสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมการผลิตมากมาย และยังมีปัจจัยรอบด้านที่ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัด มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ และปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี เพื่อให้ผู้ที่สนใจในประเด็นปัญหาเหล่านี้ได้มีข้อมูลไว้ใช้ประโยชน์ในการจัดทำโครงการหรือแผนการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านต่างๆ เพื่อผลสัมฤทธิ์ขององค์กร

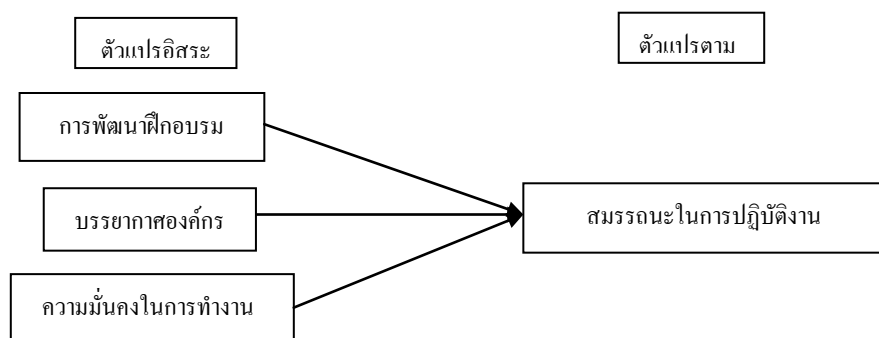
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี
2. ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงาน ที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี

3. ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ตัวพนักงาน สามารถนำผลงานวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงสมรรถนะของตนเองให้โดดเด่น เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายเพื่อให้สามารถแข่งขันทางด้านแรงงานในตลาดแรงงานที่มีการแข่งขันกันสูงได้
2. ผู้บริหาร สามารถนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ ในด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานในสถานประกอบการของตนเองให้เพิ่มสูงขึ้นและตรงกับความเป็นจริงเพื่อเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจในตลาดการณปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง
3. สถาบันการศึกษา สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตบุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถ เพื่อรองรับตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมและตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานอย่างแท้จริง
4. หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สามารถนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาฝีมือแรงงานของพนักงานได้อย่างตรงประเด็น

4. กรอบแนวคิดและทฤษฎี



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของ McClelland (1993 อ้างอิงใน สุกัญญา รัชมิธรรมโชติ, 2548) ซึ่งได้ให้ความหมายของสมรรถนะ (Competency) ไว้ว่าสมรรถนะคือ บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในปัจเจกบุคคลซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานที่ตนรับผิดชอบ และแนวคิดประเภทของสมรรถนะของ Rothwell (2003 อ้างอิงใน จิรศักดิ์ สุทธาผล, 2553) ซึ่ง Rothwell ได้ทำการศึกษาแนวคิด การเรียนรู้ในที่ทำงาน (Workplace Learning) และการกำหนดความสามารถของการปฏิบัติงานและการเรียนรู้ในสถานที่ทำงาน (Competencies for Workplace Learning and Performance) ซึ่งมีประเภทของสมรรถนะ 52 สมรรถนะซึ่งแบ่งออกเป็น 6 กลุ่มคือ กลุ่มความสามารถด้านการวิเคราะห์ กลุ่มความสามารถด้านธุรกิจ กลุ่มความสามารถด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มความสามารถด้านภาวะผู้นำ กลุ่มความสามารถด้านเทคนิค กลุ่มความสามารถด้านเทคโนโลยี และจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความสอดคล้องกับการวัดสมรรถนะของพนักงานระดับปฏิบัติการและปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อสมรรถนะเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงได้สมรรถนะในการปฏิบัติงานและปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อสมรรถนะดังแสดงตามกรอบแนวคิดตามแผนภาพที่ 1

5. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยคือ ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงาน ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี

6. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัย ด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และความมั่นคงในการทำงานที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานโดยกำหนดคะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ทำการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ และโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการวัด

ขั้นที่ 2 นำนินยามศัพท์เชิงปฏิบัติการของตัวแปรต่างๆ มาสร้างตารางวิเคราะห์เนื้อหา และพฤติกรรมที่ต้องการวัด (Table of specification) เพื่อสร้างแบบวัดในขั้นต่อไป

ขั้นที่ 3 สร้างข้อคำถามในแต่ละตัวแปร หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อคำถามที่สร้างเสร็จในเบื้องต้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจน ความครอบคลุมในเนื้อหา และความเหมาะสมของข้อคำถาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

ขั้นที่ 4 นำเครื่องมือที่แก้ไขแล้วพร้อมทั้ง ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดในการวิจัย นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ ให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ความครอบคลุม ความชัดเจนของข้อคำถาม และความถูกต้องทางภาษา รวมทั้งข้อเสนอแนะอื่นๆ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้จะต้องมีความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่สอดคล้องกันมากกว่าร้อยละ 60 หรือมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.6 ถึง 1.0 และจากการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency-IOC) ของแต่ละข้อคำถามมากกว่า 0.67 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้

ขั้นที่ 5 นำเครื่องมือวิจัย (แบบสอบถาม) ที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ด้านความเที่ยง (Reliability) โดยพิจารณาความสอดคล้องภายในของเครื่องมือ (Internal consistency) ตามสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ที่คำนวณได้จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.700 ($\alpha \geq 0.700$) จึงจะถือว่า แบบสอบถามนั้นมีความเที่ยง (Reliability) ในด้านความสอดคล้องภายใน ซึ่งผลการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามได้ค่าแอลฟาอยู่ระหว่าง 0.765-0.923 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ขั้นที่ 6 นำเครื่องมือวิจัย (แบบสอบถาม) ที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นที่ 5 มาพิจารณาปรับปรุงแก้ไข และจัดทำเครื่องมือในการวิจัยฉบับสมบูรณ์พร้อมนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานที่ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี จากกลุ่มอุตสาหกรรม 6 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 1) กลุ่มอุตสาหกรรมโลหะ 2) กลุ่มอุตสาหกรรมกระดาษ 3) กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ 4) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร 5) กลุ่มอุตสาหกรรมขนส่ง 6) กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยมีสถานประกอบการทั้งสิ้นจำนวน 1,628 แห่ง จำนวนพนักงาน 85,572 คน โดยการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คนเพื่อให้เป็นไปตามหลักความเชื่อมั่นที่ 95 % และค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ของ Yamane และหาสัดส่วนของพนักงานในแต่ละกลุ่มเพื่อให้เป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม และในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว (Cross-Sectional Approach) โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 หลังจากทำการปรับปรุงแก้ไขและจัดทำเครื่องมือในการวิจัยฉบับสมบูรณ์แล้ว นำแบบสอบถามไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนและวิธีการที่กำหนดไว้ ซึ่งจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมานั้นครบตามจำนวนที่แจกคือ 400 ชุดหรืออัตราของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา 100 เปอร์เซ็นต์

ขั้นตอนที่ 3 นำข้อมูลที่ได้ มาเข้าระบบประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับทั้งหมดจากการรวบรวมแบบสอบถามไปดำเนินการลงรหัส (Coding) และนำไปประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยกำหนด ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหา ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางเพื่ออธิบาย สภาพทั่วไปของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่ออธิบาย อิทธิพลของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงาน ที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี

8. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้าน การพัฒนาฝึกอบรม บรรยากาศองค์กร ความมั่นคงในการทำงานที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี ประเด็นที่ผู้วิจัยนำเสนอแนะ ผู้วิจัยได้นำเสนอตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ

รายการสมรรถนะ	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับ
ความสามารถด้านเทคนิคปฏิบัติการ	3.77	0.565	มาก
ความสามารถในการทำงานเป็นทีม	3.92	0.615	มาก
ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.22	0.883	ปานกลาง
ความสามารถในการบริหารจัดการ	3.59	0.558	มาก
ด้านจริยธรรมและคุณธรรม	3.79	0.627	มาก
ความสามารถในการคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหา	3.55	0.598	มาก
การมุ่งผลสัมฤทธิ์	3.64	0.588	มาก
รวม	3.64	0.461	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่างพนักงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$ และ S.D. = 0.461) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่า ความสามารถในการทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$ และ S.D. = 0.615) ด้านจริยธรรมและคุณธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.79$ และ S.D. = 0.627) ความสามารถด้านเทคนิคปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$ และ S.D. = 0.565) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.64$ และ S.D. = 0.588) ความสามารถในการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.59$ และ S.D. = 0.558) ความสามารถ

ในการคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.55$ และ S.D. = 0.598) ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$ และ S.D. = 0.883)

2. ศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาฝีมือของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการพัฒนาฝีมือของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ

ปัจจัยด้านการพัฒนาฝีมือ	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับ
การฝึกงาน	3.49	0.708	ปานกลาง
การฝึกอบรมจากการทำงาน	3.75	0.755	มาก
การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ	3.55	0.774	มาก
การฝึกอบรมโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ	3.56	0.795	มาก
รวม	3.59	0.669	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาฝีมือของกลุ่มตัวอย่างพนักงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.59$ และ S.D. = 0.669) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่า การฝึกอบรมจากการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$ และ S.D. = 0.755) การฝึกอบรมโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.56$ และ S.D. = 0.795) การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.55$ และ S.D. = 0.774) การฝึกงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$ และ S.D. = 0.708)

3. ศึกษาปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ

ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับ
การมีความรู้สึกร่วมกันเป็นกันเอง	3.88	0.649	มาก
การมีระบบการให้รางวัลจากการทำงานที่เหมาะสมชัดเจน	3.79	0.713	มาก
มีสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานที่เกื้อหนุนต่อการทำงาน	3.75	0.708	มาก
มีการยอมรับนับถือซึ่งกันและกันภายในหน่วยงาน	3.84	0.658	มาก
มีการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในหน่วยงาน	3.91	0.684	มาก
รวม	3.83	0.543	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรของกลุ่มตัวอย่างพนักงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.83$ และ S.D. = 0.543) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่า การช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$ และ S.D. = 0.684) การมีความรู้สึกรักชอบเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.88$ และ S.D. = 0.649) การยอมรับนับถือซึ่งกันและกันภายในหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.84$ และ S.D. = 0.658) การมีระบบการให้รางวัลจากการทำงานที่เหมาะสมชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.79$ และ S.D. = 0.713) การมีสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานที่เกื้อหนุนต่อการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$ และ S.D. = 0.708)

4. ศึกษาปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี ในด้านต่างๆ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ

ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงาน	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับ
การจ้างงานที่แน่นอนมั่นคง	3.77	0.636	มาก
การมีโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การทำงาน	3.58	0.723	มาก
การได้รับความคุ้มครองปกป้องจากผู้บังคับบัญชา	3.68	0.727	มาก
การมีหลักประกันความเสี่ยงในการทำงาน	3.95	0.704	มาก
การมีผลตอบแทนจากการทำงานทั้งในขณะที่ยังปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรและหลังจากที่ออกจากองค์กรไปแล้ว	3.81	0.765	มาก
รวม	3.76	0.567	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงานของกลุ่มตัวอย่างพนักงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.76$ และ S.D. = 0.567) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่า การมีหลักประกันความเสี่ยงในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.95$ และ S.D. = 0.704) การมีผลตอบแทนจากการทำงานทั้งในขณะที่ยังปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรและหลังจากที่ออกจากองค์กรไปแล้ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.81$ และ S.D. = 0.765) การจ้างงานที่แน่นอนมั่นคง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$ และ S.D. = 0.636) การได้รับความคุ้มครองปกป้องจากผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.68$ และ S.D. = 0.727) การมีโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.58$ และ S.D. = 0.723)

5. ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยด้านการพัฒนาฝีมืออบรม ด้านบรรยากาศองค์กรและด้านความมั่นคงในการทำงานที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงานที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี

ตัวพยากรณ์	b	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
การพัฒนาฝึกอบรม	0.188	0.272	5.161	0.000*	0.700	1.429
บรรยากาศองค์กร	0.249	0.294	4.606	0.000*	0.478	2.090
ความมั่นคงในการทำงาน	-0.011	-0.013	-0.203	0.839	0.465	2.149
ค่าคงที่ (a) = 2.050	$R^2 = 0.224$		* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05			

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้คือ ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงาน ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม และปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี แต่ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงานไม่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ซึ่งปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม และปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร สามารถอธิบายความแปรปรวนของสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีได้ และมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.224 แสดงว่าปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม และปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร สามารถอธิบายความแปรปรวนของสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีได้ร้อยละ 22.4 โดยปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ($\beta=0.294$) มีอิทธิพลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี มากกว่าปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ($\beta=0.272$)

9. อภิปรายผล

ผลการวิจัย ปัจจัยด้าน การพัฒนาฝึกอบรม บรรยากาศองค์กร ความมั่นคงในการทำงานที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี ประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลนั้น ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรม การผลิตจังหวัดสระบุรี

1.1 ศึกษาระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรม การผลิตจังหวัดสระบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 7 ด้าน ตามลำดับจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานมีระดับสมรรถนะในการ

ปฏิบัติงานด้าน ความสามารถในการทำงานเป็นทีม มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านจริยธรรมและคุณธรรม ความสามารถด้านเทคนิคปฏิบัติการ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ ความสามารถในการบริหารจัดการ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหา ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีระดับสมรรถนะด้านความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล ทองพั่ว (2548) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของเภสัชกรในโรงพยาบาลชุมชนเขตการสาธารณสุขที่ 6 พบว่า ระดับของสมรรถนะในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ มาก ซึ่งประกอบด้วย สมรรถนะด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ สมรรถนะด้านการติดต่อสื่อสาร สมรรถนะด้านการทำงานเป็นทีม สมรรถนะด้านการบริหารจัดการงาน สมรรถนะด้านการบริการเภสัชสนเทศและการให้คำปรึกษา ด้านยา สมรรถนะด้านวิชาชีพ และสมรรถนะด้านการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมร ธีรานุกา (2553) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อสมรรถนะหลักของข้าราชการกรมสรรพากร ที่พบว่า สมรรถนะหลักของข้าราชการกรมสรรพากรโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ซึ่งได้แก่ ความคิดที่เป็นระบบ มีระดับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้กลยุทธ์ การทำงานเป็นทีม และการเปลี่ยนแปลง ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวแตกต่างจากงานวิจัยของ กฤตยา แดงสุวรรณ, และคณะ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพต่อระดับสมรรถนะหลักของพยาบาลวิชาชีพงานอุบัติเหตุและฉุกเฉินในโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่พบว่า สมรรถนะหลักโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าสมรรถนะด้านการประสานความร่วมมือ มีคะแนนสูงสุด ส่วนด้านอื่นๆมีคะแนนเรียงลำดับคือ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการตัดสินใจ ด้านการแก้ปัญหา ด้านความรู้เฉพาะสาขา และด้านการทำงานเป็นทีม โดยความสามารถด้านการทำงานเป็นทีมของพยาบาลวิชาชีพงานอุบัติเหตุและฉุกเฉิน มีระดับคะแนนน้อยที่สุด และยังแตกต่างจากงานวิจัยของ มณีนรัตน์ ฉัตรอุทัย (2551) ที่ได้ศึกษา กรอบสมรรถนะและความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ให้บริการห้องสมุดของสำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่พบว่า กรอบสมรรถนะของผู้ให้บริการห้องสมุด ด้านการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ การบริการที่ดี จรรยาบรรณวิชาชีพ การมุ่งผลสัมฤทธิ์จริยธรรม การสืบเสาะหาข้อมูล ความถูกต้องของงาน การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ความเข้าใจผู้อื่น การมุ่งเน้นที่คุณภาพ และความร่วมแรงร่วมใจ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสมรรถนะด้านการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ มีระดับคะแนน มากที่สุด

เป็นที่น่าสังเกตว่า ระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด จากข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ และมีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นจนถึงมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ซึ่งอาจส่งผลให้สมรรถนะในการปฏิบัติงาน ด้านความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ตัวพนักงานเอง ผู้บริหารสถานประกอบการ สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาสมรรถนะด้านนี้หรือด้านอื่นๆให้มากขึ้น เช่น ด้านการพัฒนาฝีมืออบรม ควรทำการฝึกงาน และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆแก่พนักงานอยู่เสมอ ด้านบรรยากาศองค์กร ควรส่งเสริมให้มีการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในหน่วยงานให้มากขึ้น และด้านความมั่นคงในการทำงาน ควรส่งเสริมการมีโอกาสดำเนินงานในตำแหน่งหน้าที่การทำงานของตัวเอง และควรมีผลตอบแทนให้จากการทำงานทั้งในขณะที่ยัง

ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรและหลังจากที่ออกจากองค์กรไปแล้ว เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้ตัวพนักงานเองมีความต้องการที่พัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ให้มากขึ้นซึ่งจะเป็นผลดีกับองค์กรเอง

1.2 ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงาน ของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 3 ด้านพบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรมในด้าน การฝึกอบรมจากการทำงาน ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรในด้าน การช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในหน่วยงาน ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงานในด้าน การมีหลักประกันความเสี่ยงในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิลก มุลวงษ์ (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะและการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะของหัวหน้างานการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาและฝึกอบรม การจัดการความรู้ในองค์กร การเรียนรู้ของบุคลากรในองค์กร บรรยากาศองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรสุดา บัวผัน, และคณะ (2554) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานตามสมรรถนะหลักของทันตแพทย์ในโรงพยาบาลชุมชนเขตสาธารณสุขที่ 12 ซึ่งพบว่า ด้านปัจจัย ความสำเร็จในการทำงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่ง เงินเดือน/ค่าตอบแทน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การปกครองบังคับบัญชา สภาพของการปฏิบัติงาน ความมั่นคงในการปฏิบัติงานมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ ศศิวิมล ทองผิว (2548) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของเภสัชกรในโรงพยาบาลชุมชนเขตการสาธารณสุขที่ 6 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านงานได้แก่ ลักษณะงาน ทักษะในการทำงาน ฐานะทางอาชีพ โครงสร้างของงาน และปัจจัยด้านการจัดการได้แก่ ความมั่นคงในงาน อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานกับผู้บังคับบัญชา ค่าตอบแทนและสวัสดิการ โอกาสก้าวหน้าและสภาพการทำงานมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจากการศึกษาพบว่าตัวพนักงานเองให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้มาก เนื่องจากพนักงานเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการซึ่งส่วนใหญ่มีอายุ 25-35 ปี และประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป ซึ่งมีความต้องการสิ่งที่จะมากระตุ้นให้เกิดการพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ดังนั้นองค์กรหรือสถานประกอบการต่างๆจึงควรส่งเสริมและให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้

2. ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ด้านบรรยากาศองค์กร และด้านความมั่นคงในการทำงาน ที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม และปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี แต่ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงานไม่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ($\beta=0.294$) มีอิทธิพลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี มากกว่าปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม ($\beta=0.272$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิลก มุลวงษ์ (2553) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะและการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะของหัวหน้างานการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ซึ่งพบว่า

ปัจจัยด้านการพัฒนาและฝึกอบรม ซึ่งประกอบด้วย การจัดการความรู้ในองค์กร การเรียนรู้ของบุคลากรในองค์กร ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร การยกย่องชมเชย และการให้รางวัล มีอิทธิพลต่อสมรรถนะของหัวหน้างานการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังแตกต่างจากงานวิจัยของ จิริสุดา บัวพันธ์, และคณะ (2554) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานตามสมรรถนะหลักของทันตแพทย์ในโรงพยาบาลชุมชนเขตสาธารณสุขที่ 12 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้าน ความมั่นคงในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลทางบวกกับการปฏิบัติงานตามสมรรถนะหลัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จากผลการศึกษาวิจัยดังกล่าวข้างต้น พบว่าปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรมในด้าน การฝึกงาน และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรในด้าน การมีความรู้สืบทอดเป็นกันเอง และการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในหน่วยงาน ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี ดังนั้นองค์กรควรส่งเสริมให้มีการฝึกงาน และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และสร้างบรรยากาศองค์กรให้มีความรู้สืบทอดเป็นกันเอง และมีการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในหน่วยงาน เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้ตัวพนักงานเองเกิดการพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ให้มากขึ้นซึ่งจะเป็นผลดีกับองค์กรเอง

10. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรม องค์กรควรให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรมในด้าน การฝึกงาน การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มากที่สุด เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าองค์กรให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรมในด้าน การฝึกงาน และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ น้อยที่สุดจนมีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยต่ำสุด และจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาฝึกอบรมในด้าน การฝึกงาน และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานอีกด้วย

2. ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร องค์กรควรให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรในด้าน การช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน มากที่สุด เนื่องจาก ผลการศึกษาพบว่า พนักงานให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ด้านการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน มากที่สุด โดยองค์กรควรให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรในด้าน การมีความรู้สืบทอดเป็นกันเอง ควบคู่กันไปด้วย เพราะจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรในด้าน การมีความรู้สืบทอดเป็นกันเอง และการช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในหน่วยงาน ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน อีกด้วย

3. ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงาน องค์กรควรให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงานในด้าน การมีหลักประกันความเสี่ยงในการทำงาน มากที่สุด เนื่องจาก ผลการศึกษาพบว่า พนักงานให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านการมีหลักประกันความเสี่ยงในการทำงาน มากที่สุด

4. สมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี องค์กรควรให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะ ด้านความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มากที่สุด เพราะจากผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศมีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยต่ำสุด และเนื่องจากในสภาวะของการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในปัจจุบัน องค์กรส่วนใหญ่จึงต้องนำระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ในการดำเนินงานต่างๆ ในทุก ๆ ขั้นตอน ซึ่งได้ถูกนำมาใช้ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงกระบวนการต่างๆ เพื่อลดต้นทุน เพิ่มข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และเนื่องด้วยมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ดังนั้น องค์กรควรให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะด้านความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้พนักงานได้พัฒนาสมรรถนะด้านนี้อยู่ตลอดเวลา แต่จากผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรี ด้านความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศมีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากต่อองค์กรในยุคปัจจุบัน เพราะพนักงานดังกล่าวจะไม่สามารถร่วมงานกับองค์กรที่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการดำเนินการต่างๆ ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ในการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานนั้น องค์กรต้องคำนึงถึง บริบทขององค์กรของตนเอง ว่าองค์กรของตนเองต้องการสมรรถนะด้านใด สมรรถนะด้านไหนที่มีความจำเป็นต่อองค์กรของตนเอง บางองค์กรต้องการสมรรถนะด้านความสามารถในการทำงานเป็นทีม บางองค์กรต้องการสมรรถนะด้านจริยธรรมและคุณธรรม ซึ่งความต้องการด้านสมรรถนะนี้จะแตกต่างกันออกไปแล้วแต่ละองค์กร ดังนั้น องค์กรต่างจึงควรส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานให้ถูกต้องและตรงกับบริบทขององค์กรของตนเอง ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น สถานประกอบการ สถาบันการศึกษา หรือแม้แต่ผู้บริหาร และตัวพนักงานเองควรจะนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะให้ตรงประเด็นและถูกแนวทางเพื่อยกระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในทุกๆ ด้านให้สูงขึ้น เพื่อเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และเพื่อเตรียมความพร้อมของการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนใน ปีพ.ศ. 2558 โดยเฉพาะ ด้านแรงงาน ที่จะมีการย้ายแรงงานกันอย่างเสรี

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา ค้นหาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดสระบุรีที่นอกเหนือจากปัจจัย ด้านการพัฒนาฝึกอบรม ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร และปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงาน เช่น ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ และปัจจัยด้านความฉลาดทางเชาว์ปัญญา เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อให้ครอบคลุมทั้งในบริบทของทั้งองค์กรและบริบทส่วนบุคคล
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ภาคอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ภาคอุตสาหกรรมปิโตรเคมี เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวางในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ให้ครบทุกภาคส่วนอุตสาหกรรม

11. รายการอ้างอิง

- กฤตยา แดงสุวรรณ, นงนุช บุญยัง และอังศุมา อภิชาติ. 2551. “ การรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพต่อระดับสมรรถนะหลักของพยาบาลวิชาชีพงานอุบัติเหตุและฉุกเฉินในโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข สามจังหวัดชายแดนภาคใต้.” วิทยานิพนธ์การบริหารการพยาบาลมหาบัณฑิต. สาขาการบริหารการศึกษาพยาบาลและการพยาบาล. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จิรศักดิ์ สุทธาตล. 2553. “ สมรรถนะของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยที่พึงประสงค์ตามทัศนะของผู้บริหาร. ” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรสุดา บัวผัน, ประจักษ์ บัวผัน, พรทิพย์ คำพอ. 2554. “ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานตามสมรรถนะหลักของทันตแพทย์ในโรงพยาบาลชุมชนเขตสาธารณสุขที่ 12. ” วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการบริหารสาธารณสุข. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดิลก มุลวงษ์. 2553. “ ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะและการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะของหัวหน้างานการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์. ” ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต. สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรพิมร ธีรานุกาพ. 2553. “ ปัจจัยที่มีผลต่อสมรรถนะหลักของข้าราชการกรมสรรพากร. ” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มณีนันท์ ธีตรอุทัย. 2551. “ กรอบสมรรถนะและความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ให้บริการห้องสมุดของสำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. 2548 ก. แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency. กรุงเทพมหานคร: ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีนซ์ จำกัด (มหาชน).
- ศศิวิมล ทองฟัว. 2548. “ ปัจจัยที่มีผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของเภสัชกรในโรงพยาบาลชุมชนเขตการสาธารณสุข 6. ” วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารสาธารณสุข. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

**แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมา
ที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน**

**WORK MOTIVATION OF PRIVATE HOSPITAL NURSES
WITH DIFFERENT LEVELS OF SELF-EFFICACY
IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE**

นางสาวดุซยา พจนจินดา

เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โรงพยาบาลกรุงเทพราชสีมา

E-mail : dutsaya.p@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมาจำแนกตามระดับการรับรู้ความสามารถของตน และ 2) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 298 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบวัดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ 1) ลักษณะงานที่ปฏิบัติ 2) ความรับผิดชอบ 3) การยอมรับนับถือ 4) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 5) ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .925, .660, .856, .918 และ .819 ตามลำดับ และแบบวัดระดับการรับรู้ความสามารถของตน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .944 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) พยาบาลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนสูง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติและความสำเร็จในการปฏิบัติงานสูง แต่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบ การยอมรับนับถือ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงานปานกลาง ส่วนพยาบาลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนปานกลาง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน คือแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ การยอมรับนับถือ และความสำเร็จในการปฏิบัติงานสูง ยกเว้นแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานมีระดับการรับรู้ความสามารถของตนปานกลาง และไม่มีพยาบาลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนต่ำ 2) พยาบาลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนในระดับสูงและปานกลาง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, การรับรู้ความสามารถของตน

Abstract

This research aimed 1) to study the work motivation of private hospital nurses with different levels of self-efficacy in Nakhon Ratchisama Province both in overall and by aspect and 2) to compare the work motivation of private hospital nurses with different levels of self-efficacy in Nakhon Ratchisama Province both in overall and by aspect. Population of this study was 298 registered nurses. The research tools were Work Motivation Test in 5 aspects as; 1) Work characteristic, 2) Responsibility, 3) Respect, 4) Advancement and, 5) Work success with reliability of .826, .790, .772, .827 and .819, respectively as well as Self-Efficacy Test with reliability of .972. T-test was used as a statistical method to analyze data.

The results revealed that; 1) the nurses with high level of self-efficacy had their work motivation both in overall and by aspect i.e. their work motivation in aspect of work characteristics and work success was in high level, but in aspect of responsibility, respect and advancement was in medium level. Meanwhile, the nurses with medium level of self-efficacy had their work motivation both in overall and by aspect i.e. their work motivation in aspect of work characteristics, responsibility, respect and work success was in high level; except in aspect of advancement was in medium level. None of nurses had their self-efficacy in low level and 2) Nurses with high and medium level of self-efficacy had their work motivation both in overall and by aspect with no statistically significant differences.

KEYWORDS : Work Motivation, Self-Efficacy

บทนำ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่สำคัญในการช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีขึ้น ทรัพยากรมนุษย์ถ้าจะแปลความหมายให้ตรงไปตรงมาก็จะหมายความว่า “คนมีค่าเป็นทรัพย์สิน” นั่นหมายความว่า มนุษย์เป็นสิ่งที่ประ โยชน์ต่อสังคม คนจึงนับว่าเป็นทรัพยากรทางการบริหารที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้การปฏิบัติงานขององค์กรนั้น ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ (จินตนาเจนจัดทรัพย์. 2550 : 1) การปฏิบัติงานจึงสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ทุกคนต้องทำงานทั้งเพื่อตนเองและผู้อื่น เพราะงานทำให้มนุษย์ได้รู้จักและนับถือตนเอง มนุษย์ได้รู้ถึงคุณค่าของตนเองในสังคม แต่ในทางตรงกันข้ามอาจทำให้เกิดความรู้สึกคับข้องใจ เบื่อหน่ายท้อแท้ ไร้จุดหมายหมาย ซึ่งขึ้นอยู่กับธรรมชาติของมนุษย์กับลักษณะของงานที่กระทำโดยทั่วไปมนุษย์ไม่ได้ทำงานเต็มตามความสามารถด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่เสมอไป

การที่บุคลากรจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรที่จะสร้างขวัญกำลังใจ เพื่อเป็นการกระตุ้นหรือจูงใจให้กับคนในองค์กร (เสนาะ ดิยาว. 2546 : 8) ซึ่งพฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้นนั้น คือ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นความรู้สึกรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกที่มีต่อการปฏิบัติงานของบุคคล การที่บุคคลจะเกิดความพึงพอใจในการทำงานได้นั้น ต้องมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเสียก่อนดังที่ Herzberg (1959 : 113-115) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่ช่วยจูงใจให้คนปฏิบัติงานได้อย่างเต็มใจ แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยกระตุ้น (Motivator factors) และปัจจัยจำเป็น (Hygiene factors) จาก

การศึกษา พบว่า ปัจจัยเชิงใจหรือปัจจัยกระตุ้น ซึ่งมี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสำเร็จของงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน มีความสำคัญในการทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจ และมีกำลังใจที่จะปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูงมาก และปัจจัยด้านอื่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในงานมี 11 องค์ประกอบ ได้แก่ เงินเดือน โอกาสที่ได้รับความก้าวหน้า ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ฐานะทางอาชีพ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การปกครองบังคับบัญชา นโยบายและการบริหารองค์การ สภาพการปฏิบัติงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว และความมั่นคงในงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจในการปฏิบัติงานของคนน้อยมากแต่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตัวป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในงานเท่านั้น ซึ่งบางครั้งองค์การต้องพบกับปัญหาบุคลากรไม่สามารถทำงานได้ตามที่คาดหวังไว้ ผลการปฏิบัติงานไม่ดีเท่าอย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุที่องค์กรจัดคนไม่เหมาะสมกับ ตำแหน่งงาน หรืออาจเป็นเพราะตัวเองไม่ได้ทุ่มเทความสามารถในการทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มที่ ดังนั้น จึงไม่มีประโยชน์อะไรที่องค์กรจะมีบุคลากรที่ล้นแล้วแต่มีความรู้ความสามารถ แต่ไม่ได้แสดงศักยภาพในการทำงานของตนออกมาอย่างเต็มที่ เพราะถึงแม้บุคคลจะมีความรู้ความสามารถแต่หากขาดแรงจูงใจในการทำงานก็อาจจะทำให้การทำงานนั้นไม่ประสบผลสำเร็จ (วัฒนา โอสุวรรณ, 2546 : 46) การปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไปในส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแรงจูงใจของบุคคลผู้นั้นด้วย แรงจูงใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นการกระตุ้นปลุกเร้าให้พนักงานในองค์กรมีกำลังใจ มีความตั้งใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ (ชลียา คำนทพิทักษ์, 2543 : 3) พฤติกรรมอันเกิดจากแรงจูงใจมีผลทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมซึ่งการที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันนั้นล้วนเกิดจากความต้องการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของตนเอง ปัญหาที่มักพบในองค์กรเกือบทุกแห่งคือบุคคลรู้สึกเบื่อหน่ายกับงาน ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน ซึ่งเป็นลักษณะของการขาดแรงจูงใจ คือบุคคลเกิดพฤติกรรมเฉื่อยชาในการทำงาน ขาดความกระตือรือร้นทำงานเท่าที่ได้รับคำสั่ง แต่ขาดความพิถีพิถันไม่เต็มใจ เพียงแต่ว่าทำงานให้เสร็จไปเท่านั้น คนที่ขาดแรงจูงใจเกิดจากการที่ไม่ได้รับการตอบสนองในสิ่งต่าง ๆ หรือปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจตามที่ตนเองต้องการหรือคาดหวังไว้

โรงพยาบาลเอกชน เป็นองค์กรที่เป็นสถานบริการทางการแพทย์ มีหน้าที่ให้บริการทางด้านสุขภาพแก่ประชาชนแต่ละบุคคล ครอบครัว ชุมชน โดยให้การดูแลรักษา ป้องกัน ฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพ นอกจากนี้ยังเป็นที่รวมของบุคลากรในทีมสุขภาพ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ และนักกายภาพบำบัด เป็นต้น ซึ่งพยาบาลเป็นส่วนหนึ่งของบุคลากรที่มีสัดส่วนมากที่สุดในองค์กร และมีบทบาทที่สำคัญในทีมสุขภาพ คือการให้บริการโดยตรงแก่ผู้ป่วยนอกที่มาใช้บริการและผู้ป่วยในที่ได้รับการรักษาตัวในโรงพยาบาลอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการป้องกันโรค ควบคุมสิ่งแวดล้อม และร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในสาขาทางการแพทย์ นอกจากนี้แล้วยังช่วยในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับโรงพยาบาล (บุศรา เตียรณบรรจง, 2546 : 20) พยาบาลจึงจัดเป็นบุคลากรกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญเพราะพยาบาลเป็นผู้ปฏิบัติงานที่มีจำนวนมากที่สุดในโรงพยาบาลและอยู่ใกล้ชิดผู้ป่วยตลอดเวลาและพยาบาลจัดเป็นวิชาชีพที่จะต้องใช้ศาสตร์ทางการแพทย์และศิลปะในการดูแลผู้ป่วยเป็นคนแรกที่ต้องรับทราบปัญหาและให้ความช่วยเหลือผู้ป่วย (พัชรินทร์ สุตันตปฤดา, 2535 : 14-15) นอกจากนี้วิชาชีพพยาบาลเป็นงานอาชีพหนึ่งที่มีความกดดันและมีแนวโน้มที่จะเกิดความเครียดได้ง่ายเนื่องจากลักษณะเฉพาะของงานพยาบาล เช่น การดูแลผู้ป่วยที่อยู่ในภาวะวิกฤตต้องตัดสินใจรีบด่วน การต้องรับผิดชอบชีวิตผู้ป่วยที่อยู่ในความดูแลจากความเจ็บปวดความทุกข์ทรมานและความตาย การที่จะต้องดูแลผู้ป่วย

หลากหลายประเภทอย่างต่อเนื่อง 24 ชั่วโมงซึ่งในการทำงานต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ป่วย ญาติผู้ป่วย และหลายฝ่ายในทีมสุขภาพ พยาบาลจึงต้องมีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบุคคลทั้งกับผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงานในองค์กร นอกจากนี้พยาบาลยังได้รับการคาดหวังว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในการพยาบาล มีคุณภาพในการปฏิบัติงานสูงและเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ฝึกปฏิบัติงานทุกระดับ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการและญาติของผู้รับบริการ ความคาดหวังเหล่านี้เป็นเสมือนแรงกดดันที่ก่อให้เกิดความเครียดแก่พยาบาลได้ทั้งสิ้น ดังนั้นบุคคลที่รับผิดชอบในส่วนนี้จึงต้องสร้างแรงจูงใจให้กับตนเองเพื่อให้เกิดความรู้สึกรักและทุ่มเทให้กับงานที่ทำอย่างเต็มที่ ให้เกิดความรู้สึกกระตุ้นในการใช้ความสามารถที่มีอยู่มาใช้ในการปฏิบัติงาน

การรับรู้ความสามารถของตน (Self-efficacy) คือ การที่บุคคลรับรู้ว่าตนเองมีความ สามารถและมีสมรรถนะที่จะฝ่าฟันอุปสรรคให้ผ่านไปได้ เมื่อประเมินว่าตนเองมีความสามารถสูง มีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมหรือสถานการณ์ที่ต้องเผชิญ และสถานการณ์นั้นไม่ยากเกินความสามารถของตนก็จะนำไปสู่การกระทำเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการคงอยู่ของพฤติกรรมนั้น ๆ (สุกัญญา กาวีรัตน์, 2550: 1) การรับรู้ความสามารถของตัวนี้จะเกิดขึ้นกับบุคคลต่อเนื่องตลอดเวลา และจะมีผลต่อการตัดสินใจแสดงออกของพฤติกรรมของเขาและในเวลาเดียวกันก็จะมีอิทธิพลต่อการกระทำของเขาเสมอ Bandura (1997 : 79-115) ยังกล่าวถึงมิติของการรับรู้ความสามารถของตนว่า มีอยู่สามด้านด้วยกันคือ ด้านที่หนึ่งเกี่ยวกับระดับ (Level) หมายถึงความยากง่ายของงานหรือพฤติกรรมที่บุคคลคิดว่าเขากระทำได้มากน้อยเพียงใด ด้านที่สองจะเกี่ยวกับความแรง (Strength) หรือความเข้มที่เขามีความเชื่อมั่นว่าเขาจะสามารถทำงานหรือพฤติกรรมหนึ่งๆ ได้ ถ้าความเข้มหรือความแรงอยู่ในระดับสูงย่อมส่งผลให้เขามีความมานะอดทน และยืนหยัดที่จะทำงานชิ้นนั้นๆ ได้ แม้จะมีอุปสรรคมาขวางกั้นมากน้อยเพียงใด ด้านที่สาม คือด้านแสดงการรับรู้ความสามารถในความหลากหลายของงานหรือกิจกรรมที่จะต้องทำ (Generality) คนบางคนมีการรับรู้ความสามารถในสถานการณ์ที่หลากหลายมากกว่าคนอื่น บุคคลที่มีความรู้สึกว่าตนมีความสามารถที่จะกระทำสิ่งท้าทายได้ บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะสามารถปฏิบัติงานนั้นๆ ได้มากกว่าบุคคลที่เห็นว่าตนไม่มีความสามารถในเรื่องนั้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าพยาบาลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกันจะมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันด้วย

จากการศึกษาในเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและการรับรู้ความสามารถของตนมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลงานวิจัยของ ปิณฑนา ลัมพชา (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและแรงจูงใจภายใน กับพฤติกรรมปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตตู้เย็น กรณีศึกษา บริษัท โตชิบา คอนซูมเมอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีระดับคะแนนของการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง มีพฤติกรรมการทำงานสูงกว่าพนักงานที่มีระดับคะแนนของการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ ศิริพร จันทศรี (2550) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู โรงเรียนเอกชนที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ครู โรงเรียนเอกชนที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนในระดับสูงและต่ำ มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในแต่ละด้านและโดยรวมอยู่ในระดับสูง ส่วนครู โรงเรียนเอกชนที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนในระดับปานกลางมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในแต่ละด้านและโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง Jackson (1975) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้ของผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในผู้บริหารระดับกลางและเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้เรื่องความพึงพอใจงานของผู้บริหารระดับกลางกับผู้บริหารระดับที่สูงกว่า ผลของ

การวิจัยพบว่าทั้งผู้บริหารระดับกลางและระดับที่สูงกว่ามีความพึงพอใจในปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความสำเร็จของงาน ความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ และลักษณะของงานมากกว่าปัจจัยด้านเงิน ซึ่งเป็น การสนับสนุนทฤษฎีของ Herzberg ที่ว่า ผู้ปฏิบัติงานพอใจในปัจจัยเชิงใจมากกว่าปัจจัยด้านเงิน แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านเงินก็เป็นปัจจัยที่มีส่วนให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาและเปรียบเทียบในเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในด้าน ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ การยอมรับนับถือ ความก้าวหน้า ในหน้าที่การงานและความสำเร็จในการปฏิบัติงาน และระดับการรับรู้ของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัด นครราชสีมาที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน เพื่อให้นำไปเป็นข้อมูลประกอบการหาแนวทาง ให้ผู้บริหาร โรงพยาบาลเอกชนหรือเพื่อพัฒนาบุคลากรสำหรับการใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารและ จัดการโรงพยาบาลเอกชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัด นครราชสีมาจำแนกตามระดับการรับรู้ความสามารถของตน
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านของพยาบาล โรงพยาบาลเอกชนใน จังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเพื่อนำมาพัฒนา และสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแบ่งเป็น 5 ด้านตามแนวคิดของ Herzberg (1959) คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการยอมรับนับถือแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ส่วนการรับรู้ความสามารถแห่งตนตามแนวคิด ของ Bandura (1986) กล่าวว่า บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง มักจะเลือกทำงานที่มีลักษณะท้าทาย กระตือรือร้น ต้องการความสำเร็จสูงใช้ความพยายามมุ่งมั่นนานกว่าบุคคลที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถต่ำ และจะไม่หลีกเลี่ยงหรือทอดทิ้งเมื่อเผชิญกับอุปสรรคหรือสถานการณ์ที่ไม่พึงพอใจ ซึ่งจะต่างจากบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถต่ำจะเลือกทำงานที่ง่าย และขาดความพยายาม ขาดความมุ่งมั่น หลีกเลี่ยงงาน ท้อถอยเมื่อพบ อุปสรรคและยังส่งผลต่อปฏิกิริยาทางอารมณ์ด้วย เช่น เครียด วิตกกังวล กลัวความล้มเหลว เป็นต้น ซึ่ง ในการวิจัย ครั้งนี้ได้แบ่งการรับรู้ความสามารถของตน ออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการรับรู้ความสามารถของตนสูง ระดับ การรับรู้ความสามารถของตนปานกลาง และระดับการรับรู้ความสามารถของตนต่ำ ดังกรอบแนวคิดในการวิจัย ต่อไปนี้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พยาบาลที่ปฏิบัติงานด้านการพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2555 จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลเซนต์แมรี โรงพยาบาล ป.แพทย์ โรงพยาบาลโคราชเมโมเรียล โรงพยาบาลเคอะ โกลเดนเกต และโรงพยาบาลกรุงเทพราชสีมา จำนวน 328 คน เก็บได้จริง 298 คน คิดเป็นร้อยละ 90.85

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระคือ ระดับการรับรู้ความสามารถของตน แบ่งเป็น 3 ระดับดังนี้

- 2.1.1 ระดับการรับรู้ความสามารถของตนสูง
- 2.1.2 ระดับการรับรู้ความสามารถของตนปานกลาง
- 2.1.3 ระดับการรับรู้ความสามารถของตนต่ำ

2.2 ตัวแปรตามคือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- 2.2.1 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ
- 2.2.2 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบ
- 2.2.3 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการยอมรับนับถือ
- 2.2.4 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
- 2.2.5 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive research) ที่มุ่งศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 แบบวัดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ จริงมาก ที่สุด จริงมาก จริงน้อย และจริงน้อยที่สุด รวมทั้งหมด 48 ข้อ แยกเป็น 5 ด้าน คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ฉบับที่ 2 แบบวัดระดับการรับรู้ความสามารถของตน เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ จริงมาก ที่สุด จริงมาก จริงน้อย และจริงน้อยที่สุด รวม 33 ข้อ

เกณฑ์ในการให้คะแนน

กรณีข้อความในทางบวกจำนวน 46 ข้อ

- มากที่สุด ให้ 4 คะแนน
- มาก ให้ 3 คะแนน
- น้อย ให้ 2 คะแนน
- น้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

กรณีข้อความในทางลบจำนวน 2 ข้อ

- มากที่สุด ให้ 1 คะแนน
- มาก ให้ 2 คะแนน
- น้อย ให้ 3 คะแนน
- น้อยที่สุด ให้ 4 คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมาย (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11)

คะแนนเฉลี่ย 3.01-4.00 หมายถึง พยาบาลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูง

คะแนนเฉลี่ย 2.01-3.00 หมายถึง พยาบาลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00-2.00 หมายถึง พยาบาลมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่ำ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวมและรายด้านของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนที่มี

ระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน ด้วยการทดสอบค่าที

สรุปผลการวิจัย

1. พยาบาลโรงพยาบาลเอกชนที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนสูง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวมและรายด้านสูง คือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติและด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ยกเว้นด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานที่อยู่ในระดับปานกลาง และพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนปานกลางจะมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวมและรายด้านสูง คือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านการยอมรับนับถือ และด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ยกเว้นด้านความรับผิดชอบและด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานที่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานปานกลาง และไม่มีพยาบาลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนต่ำ

2. พยาบาลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนในระดับสูงและปานกลาง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในนครราชสีมาที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน พบว่า บริบทของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความแตกต่างจากโรงพยาบาลของรัฐ คือ มีจุดเน้นและเป้าหมายทางธุรกิจ ควบคู่กับคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการ ซึ่งจุดเน้นในด้านเป้าหมายทางธุรกิจนั้น เป็นปัจจัยที่ทำให้ขั้นตอนการปฏิบัติงาน มักจะมีกระบวนการและการวัดผลงานที่ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองการแข่งขันทางธุรกิจ เช่น การกำหนดให้มีขั้นตอนการปฏิบัติงานโดยละเอียด การกำหนดตัวชี้วัดทางธุรกิจ เช่น รายได้ จำนวนผู้รับบริการ อัตราการเติบโต เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนการปฏิบัติงานและตัวชี้วัดทางธุรกิจดังกล่าวล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้พยาบาลที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลเอกชนต้องใช้ศักยภาพหลายด้านเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะความสามารถทางด้านการบริหารการเงิน และจุดเน้นในด้านการบริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างความแตกต่างและประทับใจให้ผู้รับบริการเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชน เช่น การบริการที่ประทับใจ รวดเร็วกว่า สะดวกสบายกว่าโรงพยาบาลของรัฐ ซึ่งเพราะบริบทของโรงพยาบาลเอกชนโดยทั่วไปเป็นดังที่กล่าวในเบื้องต้น ทำให้ผู้ที่เลือกมาปฏิบัติงานในโรงพยาบาลเอกชนส่วนมากต้องมีความกระตือรือร้น มีใจรักในการ

บริการ เป็นคุณสมบัติพื้นฐาน ที่ใช้ในการคัดสรรบุคลากรมาปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานที่ได้รับคัดเลือกมาปฏิบัติงานในโรงพยาบาลเอกชน รวมถึงกลุ่มวิชาชีพพยาบาลได้รับการคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติพื้นฐานค่อนข้างใกล้เคียงกัน และจากการศึกษาทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้นของ Bandura พบว่า บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะมีแนวโน้มในการทำพฤติกรรมใด ๆ ที่แน่นอน ส่วนบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนต่ำจะมีแนวโน้มที่จะไม่ทำพฤติกรรมนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร จันทศรี (2550) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนเอกชนที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกัน พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานทั้งโดยรวมและรายด้านสูงคือบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถสูง จะมองว่างานที่ยู่ยากเป็นสิ่งที่ท้าทาย และจะใช้ความพยายามอย่างไม่ย่อท้อ เมื่อเผชิญกับอุปสรรคหรือสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ส่วนบุคคลที่มีความสามารถต่ำ มักจะมองว่างานที่ยู่ยากเป็นสิ่งที่คุกคามตนเอง เมื่อเจออุปสรรคมักจะถ่วงเลในความสามารถของตน ซึ่งจากผลการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในนครราชสีมาที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกัน พบว่าผู้ที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยข้างต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิชาชีพของพยาบาลมีการแข่งขันกันสูงในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้ และบริบทขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นแข่งขันทางธุรกิจที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ ทำให้พยาบาลต้องมีความกระตือรือร้นต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษา พบว่า พยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานทั้งโดยรวมและรายด้านคือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การยอมรับนับถือ และความสำเร็จในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ผลการวิจัยยังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนหรือฝ่ายพัฒนามูลสาร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารและจัดการโรงพยาบาลเอกชน ในเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและการรับรู้ความสามารถของตนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชน อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 แสดงว่า โรงพยาบาลเอกชนที่ผู้วิจัยศึกษา มีการจัดองค์ประกอบของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับค่อนข้างเหมาะสม ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันเล็กน้อยในแต่ละด้าน ดังนี้

1.1 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลกับพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด ได้แก่ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 แสดงว่า หากพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนได้ปฏิบัติงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถ และเพิ่มพูนประสบการณ์ความชำนาญทางการพยาบาล อีกทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนการพยาบาลและดูแลผู้ป่วย และมีโอกาสปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย จะทำให้พยาบาลโรงพยาบาลเอกชนมีแรงจูงใจ

ในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น จากผลดังกล่าว ผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารสายการพยาบาลหรือผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ สามารถนำไปใช้ประกอบการกำหนดหน้าที่ในการปฏิบัติงาน (Job description) ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละตำแหน่งงานของการพยาบาล

1.2 แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด เท่ากับ 3.08, 2.99, 2.99 และ 2.92 ตามลำดับ แสดงว่าพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนยังมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาหรือเสริมสร้างแรงจูงใจในด้านอื่น ๆ ทั้ง 4 ด้าน เพื่อให้พยาบาลโรงพยาบาลเอกชนปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพมากขึ้น เช่น ควรมีการกำหนดดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการปฏิบัติงานให้ชัดเจน เพื่อให้พยาบาลสามารถประเมินความสำเร็จในการปฏิบัติงานของตนเองและทีมได้ ด้านความรับผิดชอบ ควรมีการกำหนดอำนาจหน้าที่และขอบเขตความรับผิดชอบของงานที่ปฏิบัติอย่างชัดเจน เพื่อให้พยาบาลสามารถตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาที่พบในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ภายใต้อำนาจหน้าที่และขอบเขตความรับผิดชอบ ซึ่งจะทำให้พยาบาลสามารถประเมินได้ว่าตนเองรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ได้หรือไม่ ด้านการยอมรับนับถือ ควรมีการเสริมสร้างให้มีวัฒนธรรมองค์กร เช่น การเคารพตามสายงานบังคับบัญชา การเคารพตามลำดับอาวุโส เพื่อให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานร่วมกันมีความใกล้ชิดสนิทสนม และให้เกียรติเพื่อนร่วมงาน ไม่ว่าจะอยู่ในระดับเดียวกันหรือไม่ เช่น การยกมือไหว้สวัสดีเพื่อนพนักงานทุกคนที่อาวุโสกว่าตนเอง การให้เกียรติและยอมรับข้อเสนอแนะการมอบหมายงานของผู้บังคับบัญชา ถึงแม้ผู้บังคับบัญชาจะมีอายุน้อยกว่าตนเอง เป็นต้น และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ควรจะมีการกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายวิชาชีพพยาบาลทั้งด้านเฉพาะทางและด้านการบริหารงานพยาบาลเพื่อเสริมสร้างให้พยาบาลมีแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองไปในทิศทางที่เหมาะสมกับความต้องการและศักยภาพของตนเอง เช่น พยาบาลที่มีความเชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้ป่วยรายโรค ควรมีโอกาสเติบโตในสายอาชีพไปเป็นพยาบาลชำนาญการพิเศษ หรือพยาบาลอาวุโสรายโรค เป็นต้น ส่วนพยาบาลที่มีทักษะทางการบริหารงานทั่วไป ควรมีโอกาสเติบโตไปในสายการบริหาร เช่น พยาบาลฝึกหัดบริหาร (In charge) พยาบาลปฏิบัติการระดับหัวหน้าแผนก (Head of department) และพยาบาลปฏิบัติการระดับผู้จัดการ (Nurse manager)

2. ระดับการรับรู้ความสามารถของตนของพยาบาลโรงพยาบาลเอกชน มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนอยู่ในช่วง 2.70-3.34 ซึ่งมีช่วงห่างของระดับการรับรู้ความสามารถของตนสูงสุดและต่ำสุด เท่ากับ .64 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงห่างที่แคบมาก แสดงว่า พยาบาลโรงพยาบาลเอกชนที่ศึกษารับรู้ว่าตนเองมีความสามารถในการปฏิบัติงานในระดับที่ไม่แตกต่างกันนัก ซึ่งอาจเกิดจากระบบการคัดเลือกตามบริบทองค์กรเอกชนดังได้กล่าวไว้ข้างต้น และหรือ คุณภาพของเครื่องมือวัดที่ไม่สามารถแยกความแตกต่างของระดับการรับรู้ความสามารถของตนที่แตกต่างกันได้ ซึ่งในประเด็นนี้ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรจะมีการทดสอบเครื่องมือวัดชุดนี้ในกลุ่มพยาบาลที่มีบริบทที่แตกต่างกันด้วย เช่น พยาบาลในโรงพยาบาลของรัฐ ซึ่งมีบริบทต่างจากองค์กรเอกชนอย่างสิ้นเชิงว่าเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วมีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

รายการอ้างอิง

- จันทนา เจนจัดทรัพย์. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวัดและการประเมินผล การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชลธิชา ด้านทิพารักษ์. 2543. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลในศูนย์ป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งส่วน ภูมิภาคสถาบันมะเร็งแห่งชาติ กรมการแพทย์. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาบริหาร การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- บุศรา เตียรณบรรจง. 2546. แรงจูงใจที่มีผลต่อขวัญในการปฏิบัติงานของพยาบาลโรงพยาบาลสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรินทร์ สุตันตปฤดา. 2535. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจากการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความเครียด ภาวะเครียด จากการปฏิบัติงานและพฤติกรรมเผชิญภาวะเครียดของพยาบาลในหออภิบาลผู้ป่วยหนัก โรงพยาบาล มหาราชนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาล อายุรศาสตร์และ ศัลยศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุกัญญา กาวรัตน์. 2550. การใช้กิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนจิตราวิทยา จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนวบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสนาะ ดิยาว. 2546. การบริหารกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างเชื่อมั่นในตนเองกับความรับผิดชอบ
ของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา**

**THE RELATIONSHIP PATTERN BETWEEN SELF-CONFIDENCE
AND RESPONSIBILITY OF NAKHON RATCHASIMA
VOCATION COLLEGE STUDENTS**

นางสาวสุวรรณ ยอนกระโทก

เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โรงพยาบาลกรุงเทพราชสีมา

E-mail : inumook@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์คาโนนิกัลระหว่างความเชื่อมั่นในตนเองกับความรับผิดชอบ และศึกษาค่าความสำคัญคาโนนิกัลของความเชื่อมั่นในตนเองกับความรับผิดชอบที่ส่งผลต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิกัลในแต่ละฟังก์ชัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพทุกชั้นปี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2554 วิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา จำนวน 563 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบวัดความเชื่อมั่นในตนเอง แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ความมั่นคงทางจิตใจ ความกล้าการพึ่งพาตนเอง ความเป็นตัวของตัวเอง และความสามารถในการปรับตัว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .485, .887, .924, .647 และ .778 ตามลำดับ และแบบวัดความรับผิดชอบ แบ่งเป็น 4 องค์ประกอบ คือ ความรับผิดชอบต่อการศึกษเล่าเรียน ความรับผิดชอบต่อครอบครัว ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา และความรับผิดชอบสังคม โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .881, .870, .876, และ .915 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิกัล ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. สหสัมพันธ์คาโนนิกัลระหว่างชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองกับชุดตัวแปร ความรับผิดชอบ มีฟังก์ชันคาโนนิกัล 4 ฟังก์ชัน โดยฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 1 มีค่าสหสัมพันธ์ คาโนนิกัลเท่ากับ .669 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และมีความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 44.7 ฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 2 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกัลเท่ากับ .290 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และมีความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 8.4 ฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 3 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกัลเท่ากับ .227 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และมีความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 5.1 ฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 4 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกัลเท่ากับ .028 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2. ฟังก์ชันคาโนนิกัลระหว่างชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองกับชุดตัวแปร ความรับผิดชอบ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 1 โดยมีตัวแปรในชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเอง 5 ตัวที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิกัล (U) คือ ความกล้า การพึ่งพาตนเอง ความมั่นคงทางจิตใจ ความเป็นตัวของตัวเอง และความสามารถในการปรับตัว โดยมีค่าเท่ากับ -.857, -.826, -.802, -.764 และ -.664 ตามลำดับ และมีตัวแปรในชุดความรับผิดชอบ 4 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิกัล (V) คือ ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อการศึกษเล่าเรียน และความรับผิดชอบ

รับผิดชอบต่อครอบครัว โดยมีค่าเท่ากับ $-.860, -.798, -.782$ และ $-.736$ ตามลำดับ ฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 2 โดยมีตัวแปรในชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเอง 3 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิกัล (U) คือ ความมั่นคงทางจิตใจ ความกล้า และการพึ่งพาตนเอง โดยมีค่าเท่ากับ $-.566, .415$ และ $.326$ ตามลำดับ และมีตัวแปรในชุดความรับผิดชอบ 3 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิกัล (V) คือ รับผิดชอบต่อครอบครัว รับผิดชอบต่อสังคม และรับผิดชอบต่อสถานศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ $-.427, .363$ และ $-.355$ ตามลำดับ ฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 3 โดยมีตัวแปรในชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเอง 2 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิกัล (U) คือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง และด้านความมั่นคงทางจิตใจ โดยมีค่าเท่ากับ $-.619$ และ $-.326$ ตามลำดับ และมีตัวแปรในชุดความรับผิดชอบ 2 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิกัล คือ รับผิดชอบต่อการศึกษาเล่าเรียน และรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่าเท่ากับ $-.594$ และ $.480$ ตามลำดับ

คำสำคัญ : แบบแผนความสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความรับผิดชอบนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา

ABSTRACT

This research aimed to study the canonical correlation between responsibility and self-confidence and to study the canonical weights of self-confidence and responsibility affecting the canonical correlation coefficient for each function. Samples were 563 students, all classes in certificate level of Nakhon Ratchasima Vocational College, who studied in the second semester of academic year.2012 Research tools were self-confidence test and responsibility test. Self-confidence test was divided into 5 aspects as; spiritual security, courage, self-reliance, self-expression and adaptability with the reliabilities of $.485, .887, .924, .647$, and $.778$, respectively. Responsibility test was divided into 4 aspects as; learning responsibility, family responsibility, educational institution responsibility and social responsibility with the reliabilities of $.881, .870, .876$ and $.915$, respectively.

The results of research were as follows:

1. The canonical correlation between the set of variables on self-confidence responsibility had 4 canonical functions. The first canonical function had canonical correlation at $.669$ with statistically significance at the $.01$ levels and covariance at 44.7 The second canonical function had canonical correlation at $.290$ with statistically significance at the $.01$ levels and covariance at 08.4 The third canonical function had canonical correlation at $.227$ with statistically significance at the $.01$ levels and covariance at 5.1 Finally, the fourth canonical function had canonical correlation at $.028$ with no statistically significance.

2. The canonical functions between the set of variables on self-confidence and responsibility had statistically significance at the $.01$ levels. The first canonical function had 5 variables in the set of variables on self-confidence with the weight affecting canonical variables (U) of courage, self-reliance, adaptability, self-

expression and spiritual-security at $-.857$, $-.826$, $-.363$ and $-.764$ respectively and had 4 variables in the set of variables on responsibility with the weight affecting canonical variables (V) of educational institution responsibility, social responsibility, learning responsibility and family responsibility at $-.860$, $-.798$, $-.782$ and $-.736$, respectively. The second canonical function had 3 variables in the set of variables on self-confidence with the weight affecting canonical variables (U) of spiritual-security, courage and self-reliance, at $-.566$, $.415$, and $.326$, respectively and had 3 variables in the set of variables on responsibility with the weight affecting canonical variables (V) of family responsibility, social responsibility and education institution responsibility at $-.427$, $.636$ and $-.355$, respectively. The third canonical function had 2 variables in the set of variables on self-confidence with the weight affecting canonical variables (U) of self-expression and spiritual at $-.619$ and $-.326$, respectively and had 2 variables in the set of variables on responsibility with the weight affecting canonical variables (V) of learning responsibility and social responsibility at $-.594$ and $-.480$, respectively.

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยให้เจริญ จำเป็นต้องพัฒนาคนก่อนเป็นอันดับแรก โดยทำให้คนมีคุณภาพด้วยการปลูกฝัง สร้างเสริมให้มีการศึกษา มีทักษะ มีความรู้ และยังต้องมีความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นคุณลักษณะหนึ่งของบุคคลที่แสดงถึงความเป็นผู้มีวุฒิภาวะทางด้านอุปนิสัย และเมื่อบุคคลมีความรับผิดชอบ หากจะต้องปฏิบัติหน้าที่ใดๆ ก็ย่อมสามารถทำงานนั้นได้สำเร็จ เป็นที่น่าเชื่อถือและนำมาซึ่งความสำเร็จของชีวิตและการทำงานในที่สุด ความรับผิดชอบจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญยิ่งต่อการดำรงชีวิตของบุคคลในสังคม ซึ่งหากทุกคนในสังคมรู้จักรับผิดชอบต่อหน้าที่ต่าง ๆ อย่างดีแล้ว ก็จะทำให้เกิดความเจริญงอกงามขึ้นในสังคม (วารี ศรีเจริญ, 2546 : 3) คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2547 : 18) ได้จัดลำดับความสำคัญของพฤติกรรม ที่เห็นควรจะปลูกฝังให้แก่เยาวชน ผลการจัดลำดับปรากฏว่า ได้จัดความรับผิดชอบต่อหน้าที่เป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นความรับผิดชอบจึงเป็นคุณลักษณะอย่างหนึ่งของประชาชนที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในสังคม และต่อการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญรุ่งเรือง

ความรับผิดชอบต่อบุคคล เป็นลักษณะหนึ่งแสดงถึงความเป็นผู้มีวุฒิภาวะด้านอุปนิสัย และเป็นส่วนประกอบที่สำคัญยิ่งต่อการดำรงชีวิตในสังคมหนึ่งๆ เนื่องจากสังคมแต่ละแห่ง บุคคลแต่ละบุคคล มีบทบาทหน้าที่ที่จะต้องกระทำมาด้วยกัน ถ้าหากทุกคน ในสังคมรู้จักรับผิดชอบต่อหน้าที่ต่างๆ อย่างดีแล้ว ก็ย่อมจะทำให้เกิดสันติตลอดจนความเจริญงอกงามขึ้นในสังคม (จรัสรัตน์ นันทยทวิกุล, 2538 : 121) นอกจากนี้ยังพบว่า ความรับผิดชอบต่อหน้าที่เกิดจากการฝึกอบรมตั้งแต่วัยเด็ก และจะพัฒนาไปเรื่อย ๆ จากวัยรุ่นจนกระทั่งเป็นผู้ใหญ่ จึงต้องเข้าใจธรรมชาติของเด็ก แนะนำส่งเสริมให้เขาทำในสิ่งที่ถูกต้อง ควร ให้เขาได้รู้จักแก้ปัญหา และค่อย ๆ ปลูกฝังความรับผิดชอบต่อหน้าที่แก่เขา เพราะนอกเหนือจากการมีวินัยและความรับผิดชอบต่อหน้าที่ตามธรรมชาติ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้แล้ว เด็กก็ยังเรียนรู้ความรับผิดชอบต่อหน้าที่จากวัฒนธรรม โดยอาศัยการสั่งสอนฝึกฝนจากบุคคลที่แวดล้อม ลักษณะเช่นนี้เป็นลักษณะของธรรมชาติการอยู่ร่วมกันในสังคม

กระบวนการในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในปัจจุบันมุ่งเน้นการเรียนการสอน ซึ่งผู้เรียนต้องเลือกกำหนดจุดมุ่งหมายในด้านที่ตนเองถนัด และวิธีการเรียนรู้ ได้คิดเอง ปฏิบัติเองได้เรียนรู้ด้วยตนเอง รวมทั้งร่วม

ประเมินผลการพัฒนาการเรียนรู้ตามศักยภาพความต้องการ ความสนใจ และความถนัดแต่ละคน (คณะอนุกรรมการปฏิรูปการเรียนรู้, 2545 : 20) ซึ่งการจัดการศึกษา ในลักษณะดังกล่าวนี้จะประสบความสำเร็จ ไม่ได้โดยถ้านักเรียนไม่มีความรับผิดชอบ เพราะนักเรียนที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อผู้อื่นมักเป็นคนไม่ค่อย มีความเชื่อมั่นในตนเองและสิ่งแวดลอมรอบข้าง มักคิดอะไรโดยเอาตนเองเป็นศูนย์กลาง หรือเป็นที่ตั้ง ไม่ชอบช่วยเหลือหรือแบ่งเบากะ ไม่เคารพสิทธิของผู้อื่น คิดถึงแต่ความต้องการและความสนใจของตนเอง (ประคินันท์ อุปรมัย, 2547 : 501) เนื่องจากสังคมแต่ละแห่งมีบทบาทหน้าที่ที่จะต้องกระทำมาด้วยกัน ถ้าทุกคนในสังคมรู้จักรับผิดชอบหน้าที่ต่าง ๆ ด้วยความสม่ำเสมอ ก็จะทำให้เกิดความงอกงามในสังคม ดังนั้นเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในกลุ่มของอาชีวศึกษา ควรจะได้รับการปลูกฝังให้มีความรับผิดชอบ อีกทั้งเพื่อพัฒนาความรับผิดชอบต่อให้ฝึกเป็นนิสัยไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน ที่สาธารณะ หรือที่สถานศึกษาก็ตาม และความรับผิดชอบต่อควรปลูกฝังอย่างยิ่งตามลำดับของความรับผิดชอบ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อการศึกษาเล่าเรียน ความรับผิดชอบต่อครอบครัวความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา และความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น (กรมสามัญศึกษา, 2526 : 68)

จากการศึกษาพบว่าความรับผิดชอบมีหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลงานวิจัยของ สุขุมารณ์ เอี่ยมสำอาง (2551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 พบว่า ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง ถวิล จันทรสว่าง (2545) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการกับความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของนักเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ ได้แก่ ปัจจัยด้านความอดทน ความเชื่อมั่นในตนเอง และความมีวินัยในตนเอง สมพล ภูมิทรัพย์ (2544) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในตนเองกับความรับผิดชอบต่อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนพิบูลย์พัฒนพิทยาคมจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า นักเรียนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูงมีความรับผิดชอบต่อสูงกว่านักเรียนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองต่ำ รังสิมา พัฒนศิลป์ (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนราษฎร์วิทยาคม จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ ซึ่งทั้งงานวิจัยของ ถวิล จันทรสว่าง และ สุขุมารณ์ เอี่ยมสำอาง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อที่เด่นชัดที่สุดคือ ความเชื่อมั่นในตนเอง และงานวิจัยของ สมพล ภูมิทรัพย์ และ รังสิมา พัฒนศิลป์ ที่เด่นชัดและสอดคล้องกับความเชื่อมั่นในตนเองมากที่สุด คือ ความรับผิดชอบต่อ ดังนั้น ความเชื่อมั่นในตนเองจึงมีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อ นักเรียนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองก็จะมีมีความรับผิดชอบต่อ และหากนักเรียนมีความเชื่อมั่นในตนเองก็จะมีมีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น สามารถที่จะกระทำให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของตนเองอย่างเหมาะสม นักเรียนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะมีความมั่นใจ หรือกล้าที่จะกระทำให้ต่าง ๆ มีความรับผิดชอบต่อ มีเหตุผลในการคิด การพูด การกระทำ การออกความคิดเห็นในการทำงานด้วยความมั่นใจ ไม่มีการลังเล หรือหวั่นวิตกในความสามารถของตน ไม่คล้อยตามผู้อื่น โดยปราศจากการไตร่ตรอง มีความมั่นใจว่าตนเองจะสามารถทำได้สำเร็จและถูกต้องเหมาะสม

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ กับเจ้าหน้าที่ทางการศึกษา ซึ่งเป็นบุคลากร ในวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมาแห่งนี้ ซึ่งให้ความเห็นว่านักเรียนอาชีวศึกษานครราชสีมา ส่วนใหญ่พบว่านักเรียนยังขาดความเชื่อมั่นในตนเองเนื่องจากว่านักเรียนอาชีวศึกษานครราชสีมายังเป็นเยาวชน และส่วนใหญ่ยัง

อยู่ในความดูแลของผู้ปกครองแต่ในส่วนของการรับผิดชอบนั้นนักเรียนส่วนใหญ่ซึ่งมีความรับผิดชอบอยู่แล้ว ที่เห็นได้เด่นชัดจะเป็นการรับผิดชอบทางการศึกษาเล่าเรียน และมีความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากเป็น ความรับผิดชอบที่ปลูกฝังกันมา ทั้งในสถานศึกษา หรือจากครอบครัว (อาจารย์มิชญา ทรรพวุธ) ดังนั้นผู้วิจัยจึง สนใจศึกษาแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในตนเองกับมีความรับผิดชอบต่อสังคมว่าแต่ละด้านมีความสัมพันธ์ กันอย่างไร ซึ่งการรับผิดชอบประกอบด้วย 1) ความมั่นคงทางจิตใจ 2) ความกล้า 3) การพึ่งพาตนเอง 4) ความ เป็นตัวของตัวเอง และ 5) ความสามารถในการปรับตัว ส่วนการรับผิดชอบได้แก่ 1) การรับผิดชอบต่อ การศึกษาเล่าเรียน 2) การรับผิดชอบต่อครอบครัว 3) การรับผิดชอบต่อสถานศึกษา และ 4) การรับผิดชอบต่อสังคม

โดยงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์คาโนนัลระหว่างชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองกับชุด ตัวแปรการรับผิดชอบต่อสังคม ของนักเรียนอาชีวศึกษานครราชสีมา ซึ่งต่างจากผลงานวิจัยก่อนหน้านี้ และผลการวิจัย ครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทางวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นพื้นฐานในการพัฒนา ความเชื่อมั่นในตนเองและการรับผิดชอบต่อสังคมของนักเรียนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์คาโนนัลระหว่างชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองกับชุดตัวแปรความ รับผิดชอบต่อสังคมของนักเรียนอาชีวศึกษานครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาคำแนะนำหลักความสำคัญคาโนนัลของชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเอง กับชุดตัวแปรการรับผิดชอบต่อสังคมของนักเรียนอาชีวศึกษานครราชสีมาที่ส่งผลต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ คาโนนัลในแต่ละฟังก์ชัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีเพื่อนำมาพัฒนาและ สร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยความเชื่อมั่นในตนเอง ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านความมั่นคงทาง จิตใจ ด้านความกล้า ด้านการพึ่งพาตนเอง ด้านความเป็นตัวของตัวเอง และ ความสามารถในการปรับตัว อารยา สุวมาตย์ (2540 : 37) ส่วนการรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ การรับผิดชอบต่อการศึกษาเล่าเรียน การ รับผิดชอบต่อครอบครัว การรับผิดชอบต่อสถานศึกษา และการรับผิดชอบต่อสังคม (กรมสามัญศึกษา 2526 : 68) ซึ่งผู้วิจัยสนใจศึกษาแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในตนเองกับการรับผิดชอบต่อสังคม

สมมติฐานการวิจัย

1. ชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองมีสหสัมพันธ์คาโนนัลกับชุดตัวแปรการรับผิดชอบต่อสังคม
2. มีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวในชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองและชุดตัวแปรการรับผิดชอบต่อสังคมที่ ส่งผลต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนัลในแต่ละฟังก์ชัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพทุกชั้นปี ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2554 รวมทั้งสิ้น 1,468 คน จำแนกเป็น คณะพาณิชยกรรม จำนวน 895 คน และคณะคหกรรมศาสตร์ จำนวน 573 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพทุกชั้นปี ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2554 วิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา จำนวน 563 คน โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากการเปิดตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาค่าเฉลี่ยของประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น .99 และความคลาดเคลื่อน .10 (ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุข, 2540 : 125) เมื่อได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละคณะและชั้นปี โดยการเทียบสัดส่วนกลับจากสัดส่วนประชากรของแต่ละคณะและชั้นปี ได้จำนวนนักเรียน คณะพาณิชยกรรม จำนวน 343 คน และคณะคหกรรมศาสตร์ จำนวน 220 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ความเชื่อมั่นในตนเอง แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- 3.1.1 ด้านความมั่นคงทางจิตใจ
- 3.1.2 ด้านความกล้า
- 3.1.3 ด้านการพึ่งพาตนเอง
- 3.1.4 ด้านความเป็นตัวของตัวเอง
- 3.1.5 ด้านความสามารถในการปรับตัว

3.2 ความรับผิดชอบ แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

- 3.2.1 ความรับผิดชอบต่อการเรียนเล่าเรียน
- 3.2.2 ความรับผิดชอบต่อครอบครัว
- 3.2.3 ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา
- 3.2.4 ความรับผิดชอบต่อสังคม

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 แบบวัดความรับผิดชอบมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแยกเป็น 5 ด้านคือ ด้านความมั่นคงทางจิตใจ ด้านความกล้า ด้านการพึ่งพาตนเอง ความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความสามารถในการปรับตัว รวม 49 ข้อ

ฉบับที่ 2 แบบวัดความรับผิดชอบมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแยกเป็น 4 ด้านคือ ความรับผิดชอบต่อการศึกษาล่าเรียน ความรับผิดชอบต่อครอบครัว ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา และความรับผิดชอบต่อสังคม รวม 40 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของความเชื่อมั่นในตนเอง และความรับผิดชอบของนักเรียน

2. วิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกัล และค่าน้ำหนักความสำคัญคาโนนิกัล

ระหว่างชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองมี 5 ตัวแปร และความรับผิดชอบมี 4 ตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิกัล

เกณฑ์การให้คะแนนแบบวัดความเชื่อมั่นในตนเองและความรับผิดชอบมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

(บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 103)

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง นักเรียนมีคุณลักษณะนั้น ๆ มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง นักเรียนมีคุณลักษณะนั้น ๆ มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง นักเรียนมีคุณลักษณะนั้น ๆ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง นักเรียนมีคุณลักษณะนั้น ๆ น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง นักเรียนมีคุณลักษณะนั้น ๆ น้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

1. สหสัมพันธ์คาโนนิกัลระหว่างชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองกับชุดตัวแปรความรับผิดชอบ มีฟังก์ชันคาโนนิกัล 4 ฟังก์ชัน โดยฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 1 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกัลเท่ากับ .669 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และมีความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 44.7 ฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 2 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกัลเท่ากับ .290 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และมีความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 8.4 ฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 3 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกัลเท่ากับ .227 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และมีความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 5.1 ฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 4 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิกัลเท่ากับ .028 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ฟังก์ชันคาโนนิกัลระหว่างชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเองกับชุดตัวแปรความรับผิดชอบ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือฟังก์ชันคาโนนิกัลที่ 1 โดยมีตัวแปรในชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเอง 5 ตัว ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิกัล (U) คือ ความกล้า การพึ่งพาตนเอง ความสามารถในการปรับตัว ความเป็นตัวของตัวเอง และความสามารถในการปรับตัว โดยมีค่าเท่ากับ -.857, -.826, -.802, -.764 และ -.664 ตามลำดับ และมีตัวแปรในชุดความรับผิดชอบ 4 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิกัล (V) คือ ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อการศึกษาล่าเรียนและความรับผิดชอบต่อครอบครัว โดยมีค่าเท่ากับ -.860, -.798, -.782 และ -.736 ตามลำดับ ฟังก์ชันคาโน

นิคัลที่ 2 โดยมีตัวแปรในชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเอง 3 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิคัล (U) คือ ความมั่นคงทางจิตใจ ความกล้า และการพึ่งพาตนเอง โดยมีค่าเท่ากับ -.566, .415 และ .326 ตามลำดับ และมีตัวแปรในชุดความรับผิดชอบ 3 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิคัล (V) คือ ความรับผิดชอบต่อครอบครัว ความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา โดยมีค่าเท่ากับ -.427, .363 และ -.355 ตามลำดับ ฟังก์ชัน คาโนนิคัลที่ 3 โดยมีตัวแปรในชุดตัวแปรความเชื่อมั่นในตนเอง 2 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิคัล (U) คือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง และด้านความมั่นคงทางจิตใจ โดยมีค่าเท่ากับ -.619 และ -.326 ตามลำดับ และมีตัวแปรในชุดความรับผิดชอบ 2 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคาโนนิคัล คือ ความรับผิดชอบต่อการศึกษาเล่าเรียน และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่าเท่ากับ -.594 และ .480 ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในตนเองกับความรับผิดชอบของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาความความเชื่อมั่นในตนเองของนักเรียน พบว่า การพึ่งพาตนเอง ความกล้าความสามารถในการปรับตัว และความเป็นตัวของตัวเองอยู่ในระดับมาก แสดงว่านักเรียนสามารถแก้ปัญหาด้วยความสามารถของตนเอง เป็นบุคคลที่กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็น มีความพอใจ และภูมิใจในตัวเอง มีมนุษยสัมพันธ์ ช่วยเหลือผู้อื่นให้ความร่วมมือกับหมู่คณะ ยอมรับสภาพใหม่ ๆ มองโลกในแง่ดี และมีความรับผิดชอบ และสามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเองไม่คล้อยตามผู้อื่นโดยไร้เหตุผล

2. จากการศึกษาความรับผิดชอบของนักเรียน พบว่า นักเรียนมีความรับผิดชอบต่อครอบครัว ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา ความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อการศึกษาเล่าเรียน อยู่ในระดับมาก แสดงว่าเมื่อนักเรียนมีส่วนร่วมในการแบ่งเบาภาระงานต่าง ๆ ของครอบครัว มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษา มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนและสังคม อีกทั้งการที่นักเรียนตั้งใจศึกษาเล่าเรียนด้วยความเอาใจใส่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัย พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองมีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา สามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับครู อาจารย์ผู้สอน หรือผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดกระบวนการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาความเชื่อมั่นในตนเอง และความรับผิดชอบของนักเรียน ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ความเชื่อมั่นในตนเอง

1.1.1 ความมั่นคงทางจิตใจ โดยครอบครัวหรือผู้ปกครองควรปลูกฝังให้นักเรียนมีจิตใจหนักแน่นไม่ลังเล มีการควบคุมอารมณ์ให้อยู่ในสภาพปกติ ฝึกให้เป็นบุคคลที่ไม่วิตกกังวลเกินไป เช่น การฝึกให้เป็นบุคคลที่ไม่หวั่นไหวง่ายต่อสิ่งที่มากระทบกระเทือนใจ และอารมณ์

1.1.2 ด้านความกล้า โดยครู หรือผู้ปกครองควรส่งเสริมให้นักเรียนกล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็น กล้ากระทำ กล้าซักถามข้อสงสัย กล้าเผชิญความจริง กล้ารับผิดชอบกระทำ กล้าเป็นผู้นำ ชอบต่อสู้แข่งขัน ไม่ขี้อาย และมีความพอใจตนเอง

1.1.3 ด้านการพึ่งพาตนเอง โดยที่บุคคลในครอบครัว และครูของนักเรียน ช่วยปลูกฝังให้นักเรียนสามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตนเองทำงานให้ประสบผลสำเร็จ และมีความเพียรพยายาม

1.1.4 ด้านความเป็นตัวของตัวเอง โดยสถานศึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับนักเรียน ควรมีการส่งเสริม และจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักเรียนใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ไม่คล้อยตามผู้อื่นโดยไม่เหตุผล สามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง

1.1.5 ด้านความสามารถในการปรับตัว โดยที่สถานศึกษาหรือบุคคลในครอบครัวช่วยปลูกฝังหรือส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับผู้อื่น เช่นการทำงาน เป็นกลุ่ม การช่วยเหลือผู้อื่น ให้ความร่วมมือกับหมู่คณะ ยอมรับสภาพใหม่ ๆ มองโลกในแง่ดีและเกิดความรับผิดชอบ

1.2 ความรับผิดชอบ

1.2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสถานศึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับนักเรียน ควรมีการส่งเสริม และจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชนและสังคม เพื่อให้นักเรียนช่วยกันบำเพ็ญประโยชน์ และสร้างสรรค์ความเจริญให้ชุมชนอย่างเต็มความสามารถ ช่วยสอดส่องพฤติกรรมของบุคคลที่จะเป็นภัยต่อสังคม ให้ความรู้ ความสนุกเพลิดเพลินแก่ประชาชนตามความสามารถของตน ช่วยคิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ ของสังคม เช่น ความสกปรก การรักษาสาธารณะสมบัติ และการรับบริการจากสถานบริการต่าง ๆ ของรัฐ

1.2.2 ความรับผิดชอบต่อครอบครัว โดยที่บุคคลในครอบครัวของนักเรียนช่วยปลูกฝังนักเรียนในเรื่องของการช่วยเหลืองานต่าง ๆ ภายในบ้าน เพื่อแบ่งเบาภาระซึ่งกันและกันตามความสามารถของตน และรู้จักแสดงความคิดเห็น และปฏิบัติตนเพื่อความสุข และชื่อเสียงของครอบครัว ช่วยแก้ปัญหาการที่สมาชิกในครอบครัวไม่เข้าใจกัน เมื่อมีปัญหาที่ปรึกษาและให้พ่อแม่ทราบปัญหาของตนทุกเรื่อง เช่น ช่วยครอบครัวประหยัดไฟฟ้า น้ำ อาหาร สิ่งของเครื่องใช้ภายในบ้าน

1.2.3 ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา โดยที่สถานศึกษา หรือครู อาจารย์จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษา เช่น รักษาผลประโยชน์ เกียรติยศ ชื่อเสียงของสถานศึกษา ช่วยกันรักษาความสะอาดของสถานศึกษา ไม่ขีดเขียนโต๊ะเรียน รักษาความสะอาดของห้องน้ำ แต่งเครื่องแบบนักเรียนเรียบร้อยถูกระเบียบ ไม่ทะเลาะวิวาทกับนักเรียน โรงเรียนอื่น คอยตักเตือนเพื่อนนักเรียนที่จะหลงผิดอันเป็นผลดีและผลเสีย เป็นต้น

1.2.4 ความรับผิดชอบต่อการศึกษาเล่าเรียน โดยที่ครู อาจารย์ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องรวมถึงผู้ปกครองของนักเรียน ต้องช่วยส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อพัฒนาให้นักเรียนเอาใจใส่ต่อการศึกษาเล่าเรียน จนประสบความสำเร็จที่มุ่งหมายด้วยความขยันหมั่นเพียร อดทน เข้าห้องเรียนและส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงตามเวลาที่นัดหมาย เมื่อมีปัญหาหรือไม่เข้าใจบทเรียนก็พยายามศึกษาค้นคว้า

รายการอ้างอิง

- กรมสามัญศึกษา. 2526. ชุดการปลูกฝังและสร้างค่านิยมพื้นฐาน เรื่องความรับผิดชอบ. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วน จำกัด จงเจริญการพิมพ์.
- จรัสรัตน์ นันทพิทกุล. 2538. ศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะความรับผิดชอบ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ดิเรก ศรี สุโข. 2547. การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : รุ่งการพิมพ์.
- ถวิล จันทร์สว่าง. 2545. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการกับความรับผิดชอบของนักเรียน ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์. 2544. การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ประคินันท์ อุปรมัย. 2547. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- รังสิมา พัฒนศิลป์. 2546. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางการเรียน. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วารี ศิริเจริญ. 2546. การใช้องค์ประกอบกลุ่มเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบและความเชื่อมั่นในตนเองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. 2540. การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท พชรกานต์พับลิเคชั่น จำกัด
- สมพล ภูมิทรัพย์. 2544. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นกับความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุชุมารณ์ เอี่ยมสำอางค์. 2551. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน
คุณลักษณะของงานกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

THE RELATIONSHIP OF ORGANIZATION CULTURE, QUALITY
OF WORK LIFE, JOB CHARACTERISTICS AND EMPLOYEES'
PERFORMANCE EFFICIENCY OF PRIVATE UNIVERSITY
IN BANGKOK METROPOLITAN

รุ่งดาว เผือกพัก

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : rungdaw.pu@spu.ac.th

ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ

อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

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

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณลักษณะของงาน และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาประเภทการจัดตั้งมหาวิทยาลัย และ ประเภทบุคลากรที่มีผลต่อวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงาน เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงานที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 382 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) และวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ได้แก่ การแจกความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า F-test, t-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficients) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ผลการวิจัย พบว่า วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณลักษณะของงาน และ ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเภทการจัดตั้งมหาวิทยาลัย และประเภทบุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุน มีวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงานแตกต่างกัน และพบว่า วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณลักษณะของงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน

คำสำคัญ : วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณลักษณะของงาน ประสิทธิภาพในการทำงาน

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the levels of organization culture, quality of work life, job characteristics and performance efficiency, (2) to study the establishment categories of private university and employees categories that influencing organization culture, quality of work life and job characteristics and (3) to study the relationship between organization culture, quality of work life, job characteristic and performance efficiency of employees in private university in Bangkok metropolitan. The samples size were 382 employees. The researchers gathered the data using questionnaires and used in statistical analysis such as frequency, percentage, mean, standard deviation, F-test, t-test and Pearson Product Moment Correlation Coefficients at 0.05 significant level

The results showed that organization culture, a quality of work life and job characteristics were at high level. Different establishment categories of private university and employees categories had different job characteristics, a quality of work life, and organization culture. The organization culture, a quality of work life and job characteristics related to the performance efficiency.

KEYWORDS : Organization culture, Quality of work life, Job characteristic, Performance efficiency.

บทนำ

ปัจจุบันการศึกษามีบทบาทในชีวิตของคนไทยมากขึ้น การศึกษาเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทรัพยากรมนุษย์มีคุณค่าคุณภาพ สามารถที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นเครื่องมือสำคัญที่สุดในการพัฒนาประเทศ ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาไทยกำลังเผชิญกับสภาวะวิกฤติต่างๆ ซึ่งได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่ก่อให้เกิดธุรกิจอุดมศึกษาและภาวการณ์แข่งขันสูงขึ้น ซึ่งมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสถาบันอุดมศึกษา เมื่อวิเคราะห์อุดมศึกษาไทย พบว่า ยังมีปัญหาหลายด้าน อาทิ ปัญหา ด้านคุณภาพบัณฑิตต่ำกว่ามาตรฐานสากล คุณภาพของหลักสูตร รวมทั้งปัญหาด้านการบริหารจัดการของสถาบันอุดมศึกษาที่ด้อยประสิทธิภาพ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาของไทยไม่สามารถพัฒนาตัวเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะในเรื่องการสร้างและพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นของประเทศ (จรัส สุวรรณเวลา, 2545) ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงต้องเน้นในเรื่องคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาให้เกิดขึ้น งานจะมีประสิทธิภาพได้จะต้องเกิดจากคนทำงานที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีควบคู่กันไปด้วย ซึ่งคุณภาพชีวิตการทำงานจะช่วยเพิ่มผลผลิตขององค์กร ช่วยเพิ่มพูนขวัญและกำลังใจในการทำงาน และช่วยปรับปรุงศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานอีกด้วย (Huse and Cummings, 1985) นอกจากนี้วัฒนธรรมองค์กรยังได้รับการพิจารณาว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการที่จะช่วยบริหารองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ในยุคปัจจุบัน (Denison, 1990) และมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการปฏิบัติงาน สำหรับองค์กรที่มีโครงสร้างการบริหารงานที่ดี ผู้บริหารต้องมีการออกแบบคุณลักษณะของงานเพื่อให้มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากร เพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ธงชัย สันติวงษ์, 2539)

จากเหตุผลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณลักษณะของงาน ที่มีการสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้นำผลจากการศึกษาวิจัยมาเป็นข้อเสนอแนะและแนวทางในการเพิ่มขวัญและกำลังใจ และการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครให้เพิ่มขึ้น เมื่อบุคลากรทางการศึกษามีวัฒนธรรมองค์การที่ดี มีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี และมีคุณลักษณะของงานที่ดีย่อมนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ท้ายที่สุดแล้วก็จะนำมาซึ่งเยาวชนของชาติที่เป็นมีคุณภาพต่อความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาประเทศต่อไป

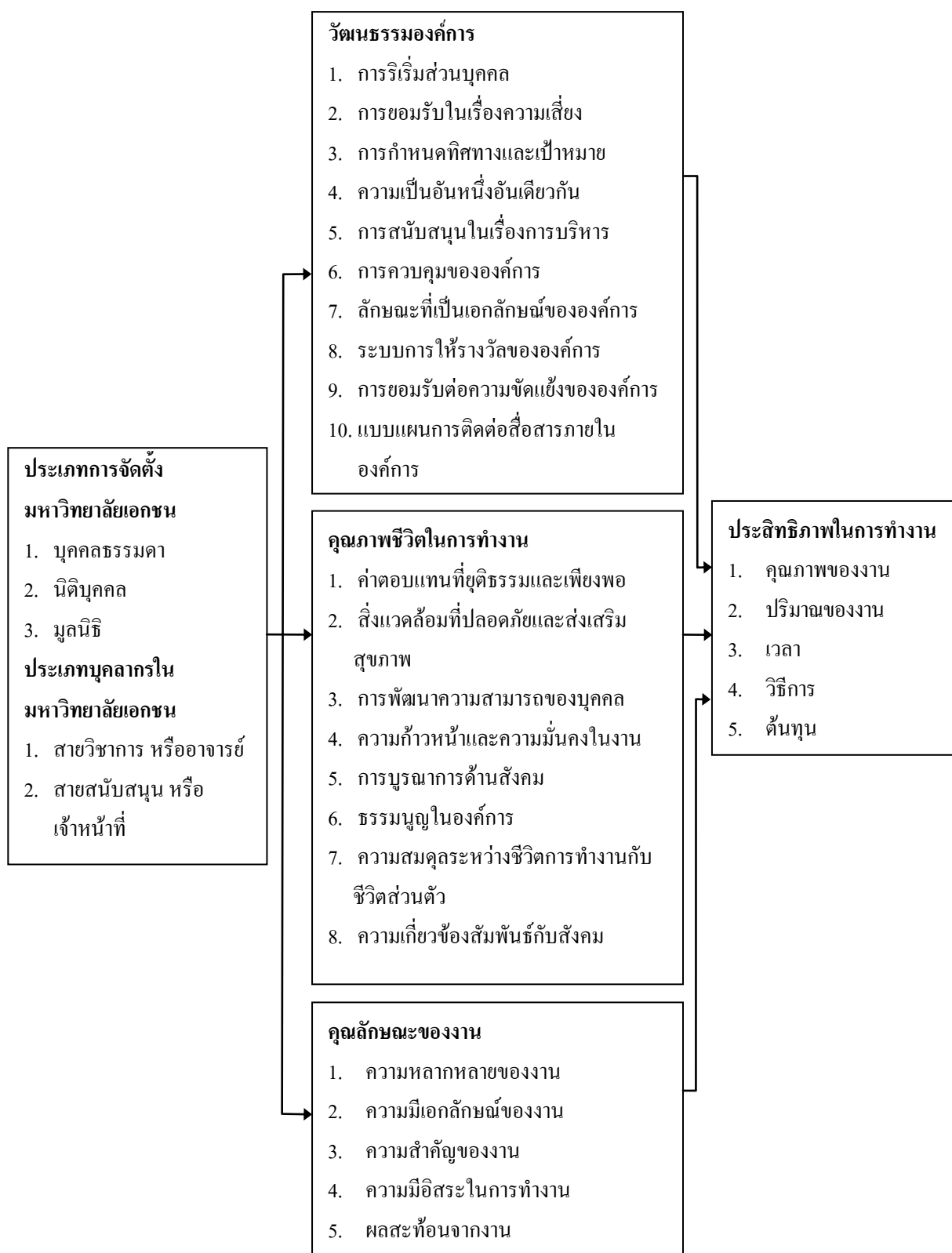
กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาด้านวัฒนธรรมองค์การ จากผลการวิจัยของ Denison (1990) พบว่าวัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็ง (Strong Culture) มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ซึ่งวัฒนธรรมองค์การได้รับการพิจารณาว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการที่จะบริหารองค์การให้ประสบความสำเร็จ และมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความสามารถในการปฏิบัติงาน โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงวัฒนธรรมองค์การที่มีลักษณะสำคัญ 10 ด้าน ตามแนวคิดทฤษฎีวัฒนธรรมองค์การของ Robbins (1994) ได้แก่ ด้านการริเริ่มส่วนบุคคล ด้านการยอมรับในเรื่องความเสี่ยง ด้านการกำหนดทิศทางและเป้าหมาย ด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ด้านการสนับสนุนในเรื่องการบริหาร ด้านการควบคุมขององค์การ ด้านลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์การ ด้านระบบการให้รางวัลขององค์การ ด้านการยอมรับต่อความขัดแย้งขององค์การ และด้านแบบแผนการติดต่อสื่อสารในองค์การ

การศึกษาด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน จากผลการวิจัยของ สุพรรณา ประทุมวัน (2544) พบว่า พนักงานที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับสูงมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในระดับดีกว่าพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานต่ำ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน โดยการวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีลักษณะสำคัญ 8 ด้าน ตามแนวคิดทฤษฎีคุณภาพชีวิตในการทำงานของ Walton (1974) ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านธรรมเนียมในองค์การ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว และด้านความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม

และการศึกษาด้านคุณลักษณะของงาน จากผลการวิจัยของผ่องพรรณ ปิ่นแก้ว (2553) พบว่า คุณลักษณะของงานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในทิศทางเดียวกัน โดยการวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงคุณลักษณะของงานที่มีลักษณะสำคัญ 5 ด้าน ตามแนวคิดทฤษฎีของ Hackman and Oldham (1980) ได้แก่ ด้านความหลากหลายของงาน ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน ด้านความสำคัญของงาน ด้านความมีอิสระในการทำงาน และด้านผลสะท้อนจากงาน

ดังนั้น จากผลการวิจัยและแนวคิดทฤษฎี ผู้วิจัยมีความสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณลักษณะของงาน ที่มีการสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการทำงาน ตามแนวคิดทฤษฎีประสิทธิภาพในการทำงานของ Peterson and Plowman (1953) ที่มีลักษณะสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณของงาน ด้านเวลา ด้านวิธีการ และด้านต้นทุน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดและทฤษฎี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงาน ในประเภทการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเอกชนที่ต่างกัน
6. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงาน ในประเภทบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนที่ต่างกัน
7. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน
8. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน
9. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของงานที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน

สมมติฐานการวิจัย

1. ประเภทการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเอกชนต่างกันมีวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงานแตกต่างกัน
2. ประเภทบุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชนต่างกันมีวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงานแตกต่างกัน
3. วัฒนธรรมองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน
4. คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน
5. คุณลักษณะของงานที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากร คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในสายวิชาการหรืออาจารย์ และสายสนับสนุนหรือเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8,191 คน

กลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรของ Taro Yamanec (1967) ได้จำนวน 382 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบ่งชั้นตามประเภทการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเอกชนตามสัดส่วน ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1) ประเภทบุคลากร จำนวน 3 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต จำนวน 89 คน
- 2) ประเภทนิสิตบุคคล จำนวน 6 มหาวิทยาลัย โดยมีบางมหาวิทยาลัยไม่สะดวกให้ข้อมูล จึงเหลือ 3 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 129 คน
- 3) ประเภทมูลนิธิ จำนวน 4 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ จำนวน 164 คน

การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (Proportion Stratified Random Sampling) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทการจัดตั้งมหาวิทยาลัย	จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย (คน)	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (คน)
บุคคลธรรมดา	1,912	89
นิติบุคคล	2,749	129
มูลนิธิ	3,530	164
รวม	8,191	382

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม โดยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทดลองใช้ จากนั้นนำไปหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient alpha) ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.9477 และวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า F-test , t-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficients) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31- 40 ปี อายุงาน ณ องค์การปัจจุบัน 15 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโท รายได้รวมต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท โดยทำงานในมหาวิทยาลัยเอกชนประเภทมูลนิธิ และเป็นบุคลากรสายวิชาการหรืออาจารย์ วัฒนธรรมองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณลักษณะของงาน และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก

ประเภทการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเอกชนต่างกัน ทั้งนิติบุคคล บุคคลธรรมดา และ มูลนิธิ มีวัฒนธรรมองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงานแตกต่างกันบางด้าน ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การด้านลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์การแตกต่างกัน คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านธรรมเนียมในองค์การ และด้านความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคมแตกต่างกัน คุณลักษณะของงานด้านความมีอิสระในการทำงาน และด้านผลสะท้อนจากงานแตกต่างกัน

ประเภทบุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชนต่างกัน ทั้งบุคลากรสายวิชาการหรืออาจารย์ และบุคลากรสายสนับสนุนหรือเจ้าหน้าที่ มีวัฒนธรรมองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงานแตกต่างกันบางด้าน ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การด้านการกำหนดทิศทางและเป้าหมายแตกต่างกัน คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล และด้านธรรมเนียมในองค์การแตกต่างกัน คุณลักษณะของงานด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน และด้านความมีอิสระในการทำงานแตกต่างกัน

นอกจากนั้น วัฒนธรรมองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน และคุณลักษณะของงาน มีความสัมพันธ์กันทางบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

คุณภาพชีวิตในการทำงาน ทุกด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยยุทธนา อุ่นเกษม (2548) ยกเว้น ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะคำถามรายข้อที่ว่า รายได้ของท่านเพียงพอต่อการใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 2.88 ประกอบกับข้อมูลทั่วไปว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 65 มีรายได้รวมต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท รวมถึงข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างที่ว่า รายได้ที่ได้รับจากมหาวิทยาลัยไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นในปัจจุบัน นั้นแสดงว่าบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เห็นว่ารายได้ อาจไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย อาจเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันได้มีการปรับราคาสินค้าขึ้นอย่างมากทำให้ ค่าครองชีพกระโดดสูงขึ้นเมื่อเทียบกับการขึ้นเงินเดือนที่อาจไม่มากเท่ากับค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น ทำให้บุคลากรส่วนใหญ่เห็นว่ารายได้ไม่พอ และมีภาระที่ต้องรับผิดชอบ อาจหารายได้เสริมจากการสอนพิเศษ เป็นวิทยากร เป็นที่ปรึกษา ขยายตรง ฯลฯ หรือ บางคนที่ต้องการค่าตอบแทนที่มากขึ้นซึ่งมหาวิทยาลัยเอกชนไม่สามารถให้ได้อาจลาออกไป ทำงานบริษัทเอกชนที่ให้ค่าตอบแทนได้มากกว่า

วัฒนธรรมองค์การด้านลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์การของมูลนิธิมีค่าเฉลี่ย 4.58 สูงสุดอย่างแตกต่าง เมื่อเทียบกับบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล สอดคล้องกับผลงานวิจัยของประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ (2547) แสดงถึง บุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนประเภทมูลนิธิมีความภูมิใจที่ทำงานในองค์การ ยินดีเป็นตัวแทนขององค์การพร้อมชี้แจง กับบุคคลภายนอกเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อองค์การของคนมากที่สุด อาจเนื่องมาจากชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย หรือ ความเป็นมูลนิธิที่น่าจะเน้นการให้กับสังคมมากกว่าการมุ่งหวังทางธุรกิจ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้าน ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอของมูลนิธิมีค่าเฉลี่ย 3.54 สูงสุดอย่างแตกต่าง ถือว่าอยู่ในระดับมาก ส่วนของ บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง โดยบุคคลธรรมดามีค่าเฉลี่ย 3.04 น้อยที่สุด อาจเป็นเพราะ มหาวิทยาลัยเอกชนประเภทมูลนิธิบางแห่งมีความเป็นนานาชาติเข้ากับกระแสประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) หรือ มีชื่อเสียงอันดับต้น ๆ ทำให้มีผู้นิยมมาเรียนมาก มีรายได้มากกว่าจึงสามารถจ่ายบุคลากรได้มากกว่า ด้าน ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน กับ ด้านความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคมของมูลนิธิกับนิติบุคคลพอ ๆ กัน แตกต่างจากบุคคลธรรมดา แสดงถึง โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีงานที่มั่นคง การสร้างความร่วมมือ สัมพันธภาพอันดี กับองค์การภายนอกที่มีมากกว่า ส่วนด้านการบูรณาการสังคมและด้านธรรมาภิบาลในองค์การของ มูลนิธิมีค่าเฉลี่ยสูงสุดแตกต่างจากนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา แสดงถึงบรรยากาศการทำงานที่เป็นกันเอง การ ช่วยเหลือกันจากเพื่อนร่วมงาน การได้รับการประเมินผลการทำงานอย่างยุติธรรม การเลื่อนตำแหน่งอย่างโปร่งใส ที่ มีมากกว่า อาจเป็นเพราะความเป็นมูลนิธิเหมาะกับการเป็นสถาบันการศึกษาที่ควรเน้นการให้มากกว่าการมุ่งหวังทาง ธุรกิจ ทำให้บรรยากาศการทำงานเป็นมิตร ช่วยเหลือกันทำความดี ให้ความรู้กับเยาวชน รวมถึงช่วยเหลือสังคม คุณลักษณะของงานด้านความมีอิสระในการทำงานของมูลนิธิสูงสุด ตามด้วยบุคคลธรรมดา ส่วนนิติบุคคลต่ำสุด แสดงถึงผู้บริหารมักเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย แผนการทำงาน เต็มไปด้วยกฎระเบียบ จำกัดความมีอิสระในการทำงาน ของมูลนิธิมีน้อยกว่า อาจเป็นเพราะผู้บริหารให้ความไว้วางใจ มอบบุคลากรเป็นแบบทฤษฎี Y ที่มีความรับผิดชอบ จึงพยายามยืดหยุ่นมากกว่าการออกกฎระเบียบมาควบคุม ให้อิสระการทำงานที่มากกว่า และ ด้านผลสะท้อนจากงาน ของมูลนิธิสูงสุด ตามด้วยนิติบุคคล ส่วนบุคคลธรรมดาต่ำสุด แสดงถึงผู้บริหารมีการแจ้งการประเมินผลการทำงาน สม่าเสมอ มีการนำความคิดเห็นมาแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น

วัฒนธรรมองค์การด้านการกำหนดทิศทางและเป้าหมายของอาจารย์มีค่าเฉลี่ยมากกว่าเจ้าหน้าที่อย่างแตกต่าง แสดงถึงอาจารย์ทราบมหาวิทยาลัยคาดหวังผลอะไรในการปฏิบัติงาน ไม่ต้องรอคำสั่งจากหัวหน้าว่าให้ทำอะไร ตลอดเวลามากกว่าเจ้าหน้าที่ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคลและด้านธรรมเนียมใน องค์การของอาจารย์มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอย่างแตกต่าง อาจเป็นเพราะอาจารย์มีโอกาสพัฒนาความรู้ความสามารถ ศึกษาต่อ อบรมดูงาน เสนอผลงานความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ได้มากกว่าเจ้าหน้าที่ คุณลักษณะของงานด้านความมีเอกลักษณ์ ของงาน ความสำคัญของงาน และ ด้านความมีอิสระในการทำงานของอาจารย์มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเจ้าหน้าที่อย่างแตกต่าง อาจเป็นเพราะลักษณะงานเจ้าหน้าที่แตกต่างจากลักษณะงานอาจารย์ เจ้าหน้าที่อาจต้องทำงานประสานกับบุคคลอื่น ความสำเร็จของงานต้องอาศัยความร่วมมือกัน ในขณะที่ลักษณะงานอาจารย์เป็นเฉพาะตน สามารถมองเห็น ผลสำเร็จ วางแผน กำหนดกระบวนการทำงานได้ด้วยตนเอง ผลการทำงานนำมาใช้เพื่อความสำเร็จให้กับองค์การ สามารถใช้วิจารณญาณของตนเองในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานได้มากกว่าเจ้าหน้าที่

วัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์กันทางบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัย เอกชนในเขตกรุงเทพมหานครสอดคล้องกับงานวิจัยของนงลักษณ์ เรือนทอง (2535) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ของ วัฒนธรรมองค์การกับการปฏิบัติงานของสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ พบว่าวัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์กัน ทางบวกกับการปฏิบัติงานของสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็งจะทำให้ บุคลากรมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เกิดความสามัคคีปรองดองดั่งป้อมปราการที่เข้มแข็งสามารถต้านทานกับ กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มากกระทบกับองค์การพร้อมปรับตัวไปกับกระแสการเปลี่ยนที่เกิดขึ้นซึ่งส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้นตามมา

คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กันทางบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครสอดคล้องกับงานวิจัยของ คมกฤษ รัตนคร (2541) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลการปฏิบัติงานในหน้าที่ของผู้บริหาร โรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงาน ประถมศึกษาแห่งชาติ พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กันทางบวกกับผลการปฏิบัติงานในหน้าที่ของ ผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทุกวันนี้บุคลากรเคร่งเครียดกับงานด้วยดัชนีวัดผลงานหลัก (KPI) รวมทั้งการเดินทางมาทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่แออัด ยับสน รุนแรงในตอนเช้าและตอนเย็นหลังเลิกงาน มาก ดังนั้นการมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี เช่น การมีสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและส่วนตัว มีเวลาผ่อนคลาย ไปกับชีวิตส่วนตัวและมีความสุขไปกับครอบครัวจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีได้

คุณลักษณะของงานต่างกันมีความสัมพันธ์กันทางบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครสอดคล้องกับงานวิจัยของ Norris (1998) ที่ศึกษาการทํานายความพึงพอใจ ในงานของพยาบาลและจริยธรรมการปฏิบัติงานด้านคุณลักษณะงาน พบว่าคุณลักษณะของงานมีความสัมพันธ์กับผล การปฏิบัติงานและจริยธรรมการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เป็นเพราะการออกแบบคุณลักษณะของงานที่ดีสร้างความสุขในการ ทำงานให้แก่บุคลากร ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้นและอาจชดเชยความสุขทางวัตถุอย่างค่าตอบแทนที่ บุคลากรเห็นว่าไม่เพียงพอต่อรายจ่ายได้ด้วยการอยู่แบบเศรษฐกิจพอเพียงแต่อยู่ได้ด้วยความสุขทางใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เข้มแข็งด้วยการสนับสนุนให้บุคลากรคิดริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการทำงาน มีอิสระในการทำงาน สามารถบริหารเวลาตนเองได้ซึ่งประเด็นนี้เป็นจุดแข็งของอาจารย์มหาวิทยาลัยเมื่อเทียบกับบุคลากรบริษัทเอกชนโดยทั่วไป กำหนดทิศทางเป้าหมายให้ชัดเจน ไม่เปลี่ยนไปเปลี่ยนมาจนอาจเกิดความสับสนหรือตามไม่ทัน มีการสนับสนุนช่วยเหลือบุคลากรในการทำงาน กฎระเบียบข้อบังคับมีตามสมควรเพื่อให้การคล่องตัวในการทำงาน สร้างระบบที่ชัดเจนในการขึ้นเงินเดือน การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้แก่บุคลากรโดยดูจากผลงานหรือความสามารถเป็นหลัก รวมถึงรับฟังความคิดเห็นจากบุคลากรซึ่งเหล่านี้จะนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีของบุคลากรอันนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีแก่องค์กร

2. ควรสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีให้แก่บุคลากรด้วยการให้ค่าตอบแทนเพียงพอกับค่าใช้จ่ายในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน มีสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ให้มีโอกาสพัฒนาความรู้ความสามารถและความก้าวหน้าในงาน สร้างบรรยากาศการทำงานแบบเป็นกันเองให้มีการช่วยเหลือกันเกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน การขึ้นเงินเดือน และการเลื่อนตำแหน่งอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ให้เวลาการทำงานที่ยืดหยุ่นได้เพื่อสร้างสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัวและครอบครัว เปิดโอกาสให้เข้าร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคมอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ดีแก่องค์กร

3. ควรสร้างคุณลักษณะของงานที่ดีให้แก่บุคลากรด้วยการสร้างความหลากหลายในงาน เช่น การหมุนเวียนงาน เพื่อให้งานไม่น่าเบื่อ ไม่ซ้ำซาก จำเจ ให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการทำงาน สามารถเป็นผู้กำหนดแผนงาน กระบวนการ วิธีการในการทำงานและเห็นผลสำเร็จของงานได้เอง ให้เห็นความสำคัญของงานที่มีผลต่อองค์กร สามารถนำผลการทำงานมาใช้เพื่อความสำเร็จขององค์กรได้อย่างภาคภูมิใจ มีกฎระเบียบส่วนใหญ่ที่ไม่จำกัดอิสระในการทำงาน ได้รับการแจ้งผลการทำงานตามเกณฑ์การประเมินจากหัวหน้างานอย่างสม่ำเสมอโดยความผิดพลาดในงานที่เกิดขึ้นนำมาแก้ไขปรับปรุงพัฒนาในการทำงานให้ดีขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างในมหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบสะท้อนถึงวัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน คุณลักษณะของงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน ได้ชัดเจนมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่าน โดยเฉพาะที่ปรึกษางานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษาและช่วยเหลือเพื่อให้งานวิจัยเรื่องนี้มีคุณสมบัติมากยิ่งขึ้น รวมทั้งคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้

ขอขอบคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ทุกท่าน และขอขอบคุณบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

รายการอ้างอิง

- คมกฤษ รัตนกร. 2551. “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตของพนักงานกับผลการปฏิบัติงานในหน้าที่ของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาแห่งชาติ.” ปรินิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จรัส สุวรรณเวลา. 2545. **อุดมศึกษาไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย ต้นตองษ์. 2539. **การบริหารงานบุคคล**. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- นงลักษณ์ เรือนทอง. 2535. “วัฒนธรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานในสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ. 2547. “การศึกษาวัฒนธรรมองค์การของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ผ่องพรรณ ปิ่นแก้ว. 2553. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงานกับการรับรู้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท น้ำมันอพลโล (ไทย) จำกัด.” ปรินิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุทธนา อุณเกษม. 2548. “คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมปโตรเคมี : กรณีศึกษา บริษัท อะโรเมติกส์(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน).” ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สราวุธ เกตานนท์. 2546. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานรายวัน บริษัท ซี.พี. ค้าปลีกและการตลาดจำกัด.” ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Denison Daniel R. 1990. **Corporate Culture and organizational Effectiveness**. New York: John Wiley & Son.
- Hackman, J. R. and G. R. Oldham. 1980. **Work Redesign**. New York: Addison-Wesley Publishing Company Inc.
- Huse, E. F. and Cummings T. G. 1985. **Organization Development and Change**. Minnesota : West Publishing,
- Norris, D. M. 1998. Predicting Nurses Job Satisfaction and Ethical Practice from Job Characteristics (CD-ROM). Dissertation Abstracts International, DAI-B 59/07 (January 1999), 3351,
- Peterson, Emore, and E. Grovenor Plowman. 1953. **Business organization and management-home wood**. Illionoise: Richard D. Irwin.
- Robbins, Stephen P. 1994. **Essentials of Organizational Behavior**. New Jersey: Prentice-Hall. A Paramount Communications.
- Walton, & Richard E. 1974. **Improving The Quality of Work Life**. Harvard Business Review. Vol.52 (May-June).
- Yamane, Taro. 1967. **Statistic: An Introductory Analysis**. New York: Harpen and Row.

**ความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ของการปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสม
บนพื้นที่เสื่อมโทรม เพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า
ECONOMIC FEASIBILITY OF PLANTING FAST-GROWING *ACACIA*
HYBRID TREES AS A FUEL TO GENERATE ELECTRICITY**

วนิดา อาจกล้า

นิสิตปริญญาโท สาขาการจัดการทรัพยากร คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปิติ กัณตังกุล

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มะลิวัลย์ หฤทัยนาสันต์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม สถาบันผลิตผลเกษตรฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนทางการเงินและเศรษฐศาสตร์ของการปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสมบนพื้นที่เสื่อมโทรม เพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า โดยการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ได้นำเอาต้นทุนผลตอบแทนทางอ้อมเข้ามาพิจารณาร่วมด้วย ค่าเสียโอกาสในการนำพื้นที่ไปใช้ในการปลูกมันสำปะหลัง ส่วนผลประโยชน์ทางอ้อมพิจารณาจากผลผลิตไม้ที่สามารถทดแทนการนำเข้าเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า การลดการชะล้างพังทลายของดิน การเพิ่มขึ้นของธาตุอาหารในดินและผลประโยชน์จากการกักเก็บคาร์บอนในรูปแบบมวลชีวภาพ นำมาวิเคราะห์เชิงปริมาณได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (BCR) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) โดยกำหนดอายุโครงการที่ 11 ปี ที่ระดับอัตราคิดลดร้อยละ 3.64 กำหนดรอบตัดฟันเพื่อนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้ารอบแรกที่อยู่ 3 ปี หลังจากนั้นตัดฟันหน่อที่เติบโตขึ้นมาใหม่ทุก 2 ปี กำหนดให้ผลผลิตรอบตัดฟันต่อไปเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ทั้งหมด 5 ครั้งต่อหนึ่งรอบการปลูก

การศึกษาค้นคว้าผลตอบแทนทางการเงิน พบว่า การปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสมให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับการลงทุน โดยให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบเท่ากับ -1,525 บาทต่อไร่ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุนเท่ากับ 0.958 และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการติดลบเท่ากับร้อยละ 4 เมื่อวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ พบว่า การปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสมให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 148,263 บาทต่อไร่ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อการลงทุนเท่ากับ 4.25 และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 108 เมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีที่กำหนดให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และผลประโยชน์ลดลงร้อยละ 10 พบว่า ยังคงให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน โดยจะเห็นว่าผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับผลตอบแทนทางการเงิน ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้ปลูกเองและสังคมโดยรวม ดังนั้นภาครัฐควรให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการปลูกไม้โตเร็วเพื่อเป็นเชื้อเพลิงใน

การผลิตกระแสไฟฟ้า โดยภาครัฐควรให้การสนับสนุนการปลูก เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรหรือเอกชนเข้าร่วมโครงการดังกล่าวเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างแหล่งสำรองวัตถุดิบสำหรับการผลิตกระแสไฟฟ้าให้เพียงพอต่อความต้องการในอนาคต

คำสำคัญ: ไม้โตเร็ว, ภาระดินถูกผสม, ความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์, เชื้อเพลิง, ไฟฟ้า

ABSTRACT

The purposes of this study were to analyze financial and economic benefit-cost of *Acacia* hybrid plantation on degraded area for electricity generation. An analysis on economic cost and benefit were considered with both indirect benefits and costs such as the opportunity cost of area for cultivating cassava and indirect benefit considering from yields of wood being replace imported fuel for power generation, decreasing of soil erosion, increasing of soil nutrients and carbon sequestration in biomass. Quantitative analysis was used in economic feasibility study to determine net present value (NPV), benefit cost ratio (B/C) and internal rate of return (IRR). The 11-year project life with given interest rate of 3.64 percent and the rotation was set for a fuel to generate electricity, first cut at 3 years after that cut the new shoots that grow up to be harvested every 2 years. Yields in next rotation were set increase 20 percent and can harvested all of 5 times per crop cycle.

The study found that financial return for planting fast-growing *Acacia* hybrid trees is not worthiness return on investment. The negative net present value equal to 1,525 baht per rai, B/C ratio was 0.958 and internal rate of return on the project was 4 percent. When used indirect benefit-cost into consider it was worthiness. The net present value equal to 148,263 baht per rai, B/C ratio was 4.25 and the internal rate of return on the project equal to 108 percent. Sensitivity analysis of the project case that costs increased 10 percent and benefits reduced 10 percent, it was found that the returns on investment is worthiness. It is very high economic returns, which represent benefits to compared with financial returns to farmers owner and social as a whole, therefore, the government should focus on the benefits from planting fast-growing *Acacia* hybrid trees as fuel for generate electricity. Government should provide support for the plantation to create incentives for farmers and private sector to join the project, so that resources generating of raw material for power generation could be fulfill future demand.

KEYWORD: fast-growing trees, *Acacia* hybrid, Economic feasibility, fuel, electricity

บทนำ

ปัจจุบันปริมาณความต้องการใช้พลังงานทุกประเภทมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะพลังงานไฟฟ้า จากรายงานสถิติพลังงานของประเทศไทย 2553 พบว่า การใช้ไฟฟ้าภายในประเทศมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2543-2552 อยู่ที่ระดับร้อยละ 4.9 แสดงให้เห็นถึงความต้องการพลังงาน

เชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น ปัจจุบันประเทศไทยต้องพึ่งพาแหล่งพลังงานจากก๊าซธรรมชาติเพื่อนำมาผลิตไฟฟ้าถึงร้อยละ 72.8 ขณะที่กำลังการผลิตก๊าซธรรมชาติในประเทศพบว่ามีความแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ประเทศไทยมีความจำเป็นต้องนำเข้าก๊าซธรรมชาติเพิ่มสูงขึ้น ไม่เพียงแต่การนำเข้าก๊าซธรรมชาติเพื่อผลิตไฟฟ้าเท่านั้น ประเทศไทยยังได้มีการนำเข้าพลังงานไฟฟ้าจากประเทศเพื่อนบ้านในปี 2553 มีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 220.2 (กระทรวงพลังงาน, 2553) จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีการพึ่งพาพลังงานจากต่างประเทศในสัดส่วนที่มากขึ้นในแต่ละปี เพื่อสร้างความมั่นคงด้านพลังงานในระยะยาว หน่วยงานภาครัฐจึงได้มีการสนับสนุนให้มีการใช้พลังงานทดแทนประเภทหมุนเวียนได้เพิ่มมากขึ้น โดยพลังงานที่มีการส่งเสริมให้มีการนำมาใช้มากที่สุดคือพลังงานชีวมวล

พลังงานชีวมวลถือเป็นหนึ่งในพลังงานทดแทนที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนา ทั้งในด้านแหล่งวัตถุดิบและเทคโนโลยีในการผลิต นอกจากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรแล้ว ไม้โตเร็วกระถินจัดอยู่ในกลุ่มไม้ที่มีศักยภาพในการปลูกเพื่อนำมาผลิตพลังงานชีวมวลในรูปของกระแสไฟฟ้าเช่นกัน ชนิดที่มีการแนะนำให้ปลูกเพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้าในปัจจุบัน ได้แก่ กระถินยักษ์ ชูชาติปดัส กระถินเทพา กระถินลูกผสม (มะลิวัลย์ หฤทัยธนาสันต์, 2553) ดังนั้นชีวมวลจากไม้โตเร็วกระถินลูกผสมจึงเป็นพลังงานทางเลือกหนึ่งของพลังงานชีวมวลที่เป็นหนึ่งในพลังงานทดแทน เป็นพลังงานประเภทหมุนเวียนที่สามารถเสริมสร้างขึ้นมาใหม่ได้ที่มีความเหมาะสมในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นพันธุ์ไม้ที่มีการเจริญเติบโตเร็ว ปลูกได้ในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ ทนต่อสภาพแห้งแล้ง และเนื้อไม้มีค่าความร้อนสูง ซึ่งสามารถปลูกและกำหนดระยะเวลาในการนำมาใช้ประโยชน์ได้ เพื่อลดความเสี่ยงและทำให้เกิดความสมดุลของการผลิตไฟฟ้าที่ไม่พึ่งพาพลังงานชนิดใดชนิดหนึ่งมากเกินไป ถือเป็นการพัฒนาพลังงานทางเลือกที่สอดคล้องกับฐานทรัพยากรของท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยลดความผันผวนของราคาเชื้อเพลิง ช่วยลดการนำเข้า และช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็ช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งด้วย

การศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ของการปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสมบนพื้นที่เสื่อมโทรมเพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุน เพื่อเพิ่มทางเลือกเพื่อประกอบการตัดสินใจให้กับเกษตรกรหรือเอกชนในการเลือกปลูกไม้โตเร็ว ซึ่งในระยะยาวอาจช่วยให้พื้นที่ที่มีความเสื่อมโทรมสามารถนำกลับมาปลูกพืชเศรษฐกิจที่มีผลตอบแทนสูงได้ต่อไป และเพื่อให้หน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องนำข้อมูลไปใช้พิจารณาในการวางแผนการจัดการปลูกไม้โตเร็ว เพื่อผลิตพลังงานได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดผลประโยชน์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนทางการเงินและเศรษฐศาสตร์ของการปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสมบนพื้นที่เสื่อมโทรม เพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ของการปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสมบนพื้นที่เสื่อมโทรม เพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า ได้แก่

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินผลกระทบภายนอก ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการประเมินมูลค่าผลกระทบภายนอกโดยใช้วิธีการประเมินดังนี้ 1) ประเมินมูลค่าผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงธาตุอาหารในดิน โดยใช้วิธีการประเมินมูลค่าจากต้นทุนในการทดแทน 2) ประเมินมูลค่าการป้องกันการชะล้างพังทลายของดิน โดยใช้วิธีการประเมินมูลค่าจากต้นทุนในการทดแทน 3) ประเมินมูลค่าการกักเก็บคาร์บอน จากปริมาณการกักเก็บคาร์บอนของดินไม้ คำนวณเป็นมูลค่าคาร์บอนที่ได้จากการซื้อขายคาร์บอนเครดิตโดยใช้วิธีการ ประเมินมูลค่าจากต้นทุนในการทดแทน และ 4) การปลูกไม้โตเร็วเพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า ทำให้มีวัตถุดิบเพิ่มขึ้น มูลค่าจากการเพิ่มขึ้นของวัตถุดิบในการผลิตไฟฟ้าภายในประเทศ สามารถทดแทนการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงนำมาผลิตไฟฟ้า ทำให้ลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศ โดยใช้วิธีต้นทุนในการทดแทน

2. แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการ เป็นการวิเคราะห์ที่อาศัยหลักการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนเป็นเครื่องมือ โดยนำหลักเกณฑ์การตัดสินใจแบบปรับค่าเวลา มาวิเคราะห์ เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการ (ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, 2540) ดังนี้

1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ ผลรวมของผลประโยชน์สุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาแล้วของโครงการ โดยมีเกณฑ์ชี้ความเป็นไปได้คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธินี้มีค่าเท่ากับหรือมากกว่าศูนย์ ดังสูตร

$$NPV = PVB - PVC = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t}$$

โดย	NPV	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ
	B_t	=	ผลประโยชน์ในปีที่ 1, 2, ..., n
	C_t	=	ค่าใช้จ่ายในปีที่ 1, 2, ..., n
	r	=	อัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน
	t	=	ปีของโครงการมีค่าตั้งแต่ 1 ถึง n
	n	=	อายุโครงการ

2) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) เกณฑ์นี้แสดงถึงอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวมตลอดอายุโครงการ โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ชี้ความเป็นไปได้คือ สัดส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนโครงการ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1 ดังสูตร

$$BCR = \sum_{t=0}^n \frac{\frac{B_t}{(1+r)^t}}{\frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

3) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) คือ อัตราคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 0 โดยเกณฑ์ในการตัดสินใจคือ ถ้าค่า IRR ที่คำนวณได้สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยทั่วไปก็ยอมรับโครงการนั้น ถ้าต่ำกว่าก็จะปฏิเสธโครงการ ดังสูตร

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

4) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ เพื่อทดสอบว่า หากสถานการณ์เกิดการเปลี่ยนแปลงไป โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการ โดยจะส่งผลอย่างไรกับความเป็นไปได้ของโครงการ

ขอบเขตของการวิจัย

ข้อกำหนดในการศึกษา คือ (1) อายุโครงการ 11 ปี โดยคิดจากความสามารถในการให้ผลผลิตและการแตกหน่อ กำหนดรอบตัดฟันเพื่อนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า รอบแรกที่อายุ 3 ปี หลังจากนั้นตัดฟันหน่อที่เติบโตขึ้นมาใหม่ทุก 2 ปี และกำหนดให้ผลผลิตรอบตัดฟันต่อไปเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 (มะลิวัลย์, 2554) สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ทั้งหมด 5 ครั้งต่อหนึ่งรอบการปลูก (2) อัตราคิดลดร้อยละ 3.64 เนื่องจากเป็นอัตราคิดลดที่ใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลในปัจจุบัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเจริญเติบโต ผลผลิต และต้นทุนในการปลูกไม้โตเร็ว ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยศึกษาการปลูกไม้สกุล *Acacia* บนพื้นที่เสื่อมโทรม เพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า โดยเลือกนำมาศึกษาใน 3 พื้นที่ ได้แก่ สวนปาลาตกระทิง ส่วนป่ามัจฉาศิริ และศูนย์วนวัฒนวิจัยกำแพงเพชร และรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ เอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ค่าเสียโอกาสในใช้ประโยชน์พื้นที่สำหรับปลูกมันสำปะหลัง ผลผลิตไม้ที่สามารถทดแทนการนำเข้าเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า การลดการชะล้างพังทลายของดิน การเพิ่มขึ้นของธาตุอาหารในดิน และผลประโยชน์จากการกักเก็บคาร์บอนในรูปแบบมวลชีวภาพ

สำหรับข้อจำกัดของการศึกษาในครั้งนี้เป็นการนำเอาข้อมูลทุกข้อมูมาใช้ในการศึกษา ได้แก่ การประมาณการผลผลิต ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตมีด้วยกันหลายปัจจัย อาจจะทำให้การเจริญเติบโตและผลผลิตไม้ในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน การประเมินมูลค่าผลประโยชน์ทางอ้อมโดยใช้ข้อมูลราคาของสถานการณ์ ณ ปัจจุบัน ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงของราคาที่สูงขึ้นหรือลงได้ ในการพิจารณาการปลูกควรเปรียบเทียบราคาหรือข้อมูลในปัจจุบันรวมเพื่อประกอบการตัดสินใจอีกทางหนึ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้โดยใช้หลักการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจากการปลูกไม้โตเร็วบนพื้นที่เสื่อมโทรม เพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการ จะใช้ตัวชี้วัดหรือเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ (1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) (2) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) และ (3) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) รวมถึงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ ซึ่งการศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการทางด้านเศรษฐศาสตร์ 3 กรณี คือ กรณีที่ 1 กำหนดให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลประโยชน์คงที่ กรณีที่ 2 กำหนดให้ต้นทุนคงที่ ส่วนผลประโยชน์ลดลงร้อยละ 10 และกรณีที่ 3 กำหนดให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลประโยชน์ลดลงร้อยละ 10

สมมติฐานในการศึกษา

การลงทุนปลูกไม้โตเร็วเพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า อาจไม่คุ้มค่าทางการเงิน แต่จะคุ้มค่าถ้าพิจารณาผลตอบแทนทางอ้อม ได้แก่ ผลผลิตไม้เพื่อนำมาผลิตไฟฟ้าสามารถทดแทนและลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้าได้ การลดการชะล้างพังทลายหน้าดิน ธาตุอาหารในดินที่เพิ่มขึ้น ประโยชน์จากการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

ผลการวิจัย

ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน

1) ต้นทุนทางตรง คือต้นทุนในการปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสม ได้แก่ ต้นทุนการปลูกเริ่มแรก ประกอบด้วย (1) ค่าเตรียมพื้นที่ (2) ค่าปลูก ได้แก่ ค่ากล้าไม้ ค่าจ้างปลูกและปลูกซ่อม ค่าปุ๋ยรองก้นหลุม รวมเป็นเงิน 3,184 บาท ต้นทุนในปีที่ 1 ประกอบด้วย (1) ค่าบำรุงรักษา ได้แก่ ค่าจ้างกำจัดวัชพืช ค่าปุ๋ย ค่าจ้างใส่ปุ๋ย (2) ค่าจ้างทำแนวกันไฟ รวมเป็นเงิน 5,034 บาท ในปีที่ 2 ต้นทุนมีเฉพาะค่าบำรุงรักษา ได้แก่ ค่าจ้างกำจัดวัชพืช และค่าจ้างทำแนวกันไฟ รวมเป็นเงิน 800 บาท ในปีที่ 3 สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ ต้นทุนประกอบด้วย ค่าเก็บเกี่ยวผลผลิต 500 บาทต่อไร่ ได้แก่ ค่าตัดฟัน ค่าขนส่ง และค่าตัดแต่งหน่อ เป็นเงิน 5,650 บาท ในปีถัดไปตั้งแต่ปีที่ 4-11 ต้นทุนจะประกอบไปด้วยต้นทุนการจัดการดูแลรักษา ได้แก่ ค่าจ้างกำจัดวัชพืช ค่าจ้างทำแนวกันไฟ ค่าจ้างตัดแต่งหน่อ และต้นทุนการเก็บเกี่ยว

2) ผลตอบแทนทางตรง คือรายได้จากการขายเนื้อไม้เพื่อนำไปใช้ในการผลิตพลังงาน คำนวณจากข้อมูลเฉลี่ยของผลผลิตลำต้นของไม้กระถินลูกผสมที่อายุ 3 ปี ในรอบตัดฟันแรก และกำหนดให้ผลผลิตในรอบตัดฟันถัดไปมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 คือผลผลิตขาราคาขาย โดยอ้างอิงราคารับซื้อไม้ของบริษัท สหโคเจน กรีน จำกัด คือ 750 บาทต่อตัน

จากการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน พบว่า การปลูกไม้โตเร็วให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบเท่ากับ 1,525 บาทต่อไร่ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 0.958 และอัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการติดลบเท่ากับร้อยละ 4 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ต้นทุนผลตอบแทนทางการเงิน

ปีที่	ผลผลิต (ตัน/ไร่)	รายได้ (บาท/ไร่)	ต้นทุน (บาท/ไร่)	มูลค่า ปัจจุบัน รายได้	มูลค่า ปัจจุบัน ต้นทุน	มูลค่า ปัจจุบัน สุทธิ	อัตราส่วนผล ตอบ แทน/ต้นทุน	อัตรา ผลตอบแทนภายใน
0		0	3,184	0	3,184			
1		0	1,850	0	1,785			
2		0	800	0	744.8			
3	8.5	6,375	5,650	5,726.60	5,075.40			
4		0	800	0	693.4			
5	10.2	7,650	6,500	6,397.70	5,436.00			
6		0	800	0	645.5			
7	12.2	9,150	7,500	7,124.1	5,839.40			
8		0	800	0	601			
9	14.6	10,950	8,700	7,937.20	6,306.30			
10		0	800	0	559.5			
11	16	12,000	8,800	8,098.00	5,938.60			
รวม	61.5	46,125	46,184	35,283.60	36,808.80	-1,525	0.958	-4%

ต้นทุนและตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์

1) ต้นทุนทางอ้อม คือต้นทุนค่าเสียโอกาสที่ดิน โดยใช้ผลตอบแทนสุทธิจากการปลูกมันสำปะหลัง เพื่อแสดงถึงค่าเสียโอกาสการใช้ประโยชน์ที่ดินเนื่องจากที่ดินหมดโอกาสที่จะนำไปปลูกมันสำปะหลัง โดยใช้ข้อมูลสถิติจากรายงานสถานการณ์การผลิตมันสำปะหลังของจังหวัดฉะเชิงเทราประจำปี 2554/55 ซึ่งเป็นตัวแทนของพื้นที่ลุ่มน้ำท่วม ผลตอบแทนจากการปลูกมันสำปะหลังเฉลี่ยเท่ากับ 988 บาทต่อไร่

2) ผลประโยชน์ของผลผลิตไม้ที่สามารถทดแทนการนำเข้าได้ โดยใช้ข้อมูลสถิติด้านราคาน้ำมันเตา ราคาเฉลี่ยปี 2554 เท่ากับ 20.45 บาทต่อลิตร ราคาต้นทุนการปลูกไม้โตเร็วรวมต้นทุนการเตรียมวัตถุดิบเท่ากับ 7 บาท ซึ่งราคาเชื้อเพลิงต่อหน่วยพลังงานที่ต่ำกว่าสามารถทดแทนการใช้เชื้อเพลิงจากฟอสซิลและช่วยลดการนำเข้าเชื้อเพลิงได้ในอนาคต (ตารางที่ 2) ไม้โตเร็วกระถินถูกผสมมีค่าความร้อนเฉลี่ย 4,694 ต่อไม้ 1 กิโลกรัม ซึ่งเทียบได้กับค่าความร้อนจากน้ำมันเตา 0.44 ลิตร (ค่าความร้อนน้ำมันเตา 10,548 kcal/L)

ตารางที่ 2 มูลค่าผลประโยชน์จากผลผลิตมวลชีวภาพช่วยลดการนำเข้าเตา

รอบตัดพื้นที่	ผลผลิต มวลชีวภาพ (ตัน)	พลังงาน ทั้งหมด (kcal)	ความสามารถใน การทดแทน (ลิตร)	ผลตอบแทน จากความสามารถ ในการทดแทน
1	4.1	19,245,400	1,824.55	24,540.19
2	4.9	23,000,600	2,180.56	29,328.53
3	5.8	27,225,200	2,581.07	34,715.39
4	7	32,858,000	3,115.09	41,897.96
5	8	37,552,000	3,560.10	47,883.34
รวม	29.8	139,881,200	13,261.39	178,315.41

3) ผลประโยชน์จากการลดการชะล้างพังทลายของดิน โดยวิธีการป้องกันการชะล้างพังทลายดินในพื้นที่ทำการเกษตรตามมาตรฐานของกรมพัฒนาที่ดิน คือ การปลูกหญ้าแฝก การปลูกพืชคลุมดิน และทำคันดิน สำหรับพื้นที่ที่มีความลาดเท 5-20 % ในดินทุกชนิด ซึ่งต้นทุนในการปลูกหญ้าแฝกและพืชคลุมดิน เป็นต้นทุนทดแทนที่ใช้ในการป้องกันหรือลดปริมาณการชะล้างผิวดิน โดยส่วนใหญ่เป็นค่าแรงในการปลูกและค่าจัดการแฝกซึ่งมีต้นทุนเฉลี่ยประมาณ 600 บาทต่อไร่/ปี

4) ผลประโยชน์ของธาตุอาหารในดินที่เพิ่มขึ้นจากการปลูกไม้โตเร็วกระถินถูกผสม ซึ่งธาตุอาหารที่นำมาพิจารณาในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ไนโตรเจน ฟอสฟอรัส และโพแทสเซียม โดยอาศัยข้อมูลสถิติจากการศึกษาของเอกพงษ์ (2554) ปริมาณธาตุอาหารในดินต่อพื้นที่ (กิโลกรัมต่อไร่) ประเมินมูลค่าของปริมาณธาตุอาหารในดินโดยการเทียบกับราคาปุ๋ย ซึ่งปริมาณธาตุอาหารในดินที่เพิ่มขึ้นช่วยเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดิน เป็นการช่วยลดต้นทุนในการปรับปรุงดิน (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 มูลค่าผลประโยชน์การคืนกลับธาตุอาหารสู่ดินจากการร่วนหล่นของซากพืช

รายการ	การคืนกลับธาตุอาหาร (กก./ไร่/ปี)			รวม (บาท/ไร่/ปี)
	N	P	K	
<i>Acacia hybrid</i>	29.18	0.96	3.70	
ผลตอบแทนจากธาตุอาหาร	992.36	70.19	148.22	1,210.78

5) ผลประโยชน์ด้านการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มากักเก็บในมวลชีวภาพ นำมาประเมินมูลค่าของการกักเก็บคาร์บอน โดยอาศัยมูลค่าการกักเก็บคาร์บอนต่อหน่วยคาร์บอนจากการซื้อขายคาร์บอนเครดิตภาคสมัครใจในอัตรา 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันคาร์บอน ซึ่งจากการศึกษาของคณะวนศาสตร์ (2552) พบว่า สัดส่วนคาร์บอนในมวลชีวภาพของไม้โตเร็วเท่ากับร้อยละ 0.48 นำมาคูณกับมวลชีวภาพของต้นไม้ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 มูลค่าผลประโยชน์จากการกักเก็บคาร์บอนในมวลชีวภาพของไม้

รายการ	รอบตัดฟันที่					รวม
	1	2	3	4	5	
การกักเก็บคาร์บอน (ตัน)	3.4	4.0	4.8	5.8	7.0	14.3
ผลตอบแทน (บาท)	1,090.56	1,305.6	1,566.72	1,873.92	2,242.56	8,079.36

จากการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ พบว่า การปลูกไม้โตเร็วให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 148,263 บาทต่อไร่ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 4.25 และอัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 108 (ตารางที่ 5)

ความอ่อนไหวของโครงการ

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการใน 3 กรณี พบว่า แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการ

รายการ	NPV	BCR	IRR
1. ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ผลประโยชน์คงที่	143,699	3.86	99%
2. ผลประโยชน์ลดลงร้อยละ 10 ต้นทุนคงที่	128,873	3.82	98%
3. ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ผลประโยชน์ลดลงร้อยละ 10	124,309	3.47	90%

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ของการปลูกไม้กระถินลูกผสม โดยใช้ข้อมูลต้นทุนและผลผลิตเฉลี่ยจากโครงการวิจัยศึกษาการปลูกไม้ตระกูล *Acacia* บนพื้นที่เสื่อมโทรมเพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า การศึกษาผลตอบแทนทางการเงิน ทำการศึกษาใน 3 พื้นที่ ได้แก่ สวนป่าลาดกระบัง สวนป่ามัญจาคีรี และศูนย์พัฒนาวิจัยกำแพงเพชร ผลการศึกษาพบว่า การปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสมให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับการลงทุน โดยให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบเท่ากับ -1,525 บาทต่อไร่ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุนเท่ากับ

0.958 และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการติดลบเท่ากับร้อยละ 4 และเมื่อนำต้นทุนและผลประโยชน์ทางอ้อมจากการปลูกไม้โตเร็วเข้ามาพิจารณา พบว่า การปลูกไม้โตเร็วกระถินลูกผสมให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 148,263 บาทต่อไร่ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อการลงทุนเท่ากับ 4.25 และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 108 จะเห็นได้ว่าผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับผลตอบแทนทางการเงิน ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้ปลูกเองและสังคมโดยรวม ดังนั้นภาครัฐควรให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับสังคมโดยรวม โดยภาครัฐควรให้การสนับสนุน เช่น การสนับสนุนกล้าไม้ การสนับสนุนปัจจัยการผลิตต่างๆ หรือให้เงินอุดหนุน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรหรือเอกชนเข้าร่วมโครงการปลูกไม้โตเร็วเพื่อนำมาผลิตไฟฟ้า

ข้อเสนอแนะ

เพื่อสนับสนุนให้มีพลังงานทดแทนและมีการใช้พลังงานทดแทนภายในประเทศเพิ่มขึ้น ภาครัฐควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกไม้โตเร็วเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรหรือเอกชนที่จะเข้ามาปลูก และเพื่อก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเหมาะสมและสนับสนุนให้มีการนำพื้นที่ที่ถูกทิ้งร้างมาใช้ประโยชน์ เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งการผลิตไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้ประโยชน์พื้นที่ด้านอื่น ทำให้มีแหล่งสำรองวัตถุดิบสำหรับการผลิตกระแสไฟฟ้าที่เพียงพอต่อความต้องการต่อไป

ตารางที่ 5 ต้นทุนและผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์

รายการ	ปีที่										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ผลผลิต (ตัน/ไร่)				8.5		10.2		12.2		14.6	
ราคาไม้ (บาท/ตัน)				750		750		750		750	
ผลตอบแทน (บาท/ไร่)											
- ขยายไม้				6,375		7,650		9,150		10,950	
- ทดแทนการนำเข้าไม้	0	0	0	24,540.2	0	29,328.5	0	34,715.4	0	41,897.9	0
- การคืนกลับราคาอาหารสุ่ม	0	1,210	1,210	1,210	1,210	1,210	1,210	1,210	1,210	1,210	1,210
- ป้องกันการจะล้างพังทลายดิน	0	0	600	600	600	600	600	600	600	600	600
- ลดการปลดปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์	0	0	0	1,090	0	1,305	0	1,566	0	1,873	0
รวมผลตอบแทน	0	1,810	1,810	33,815.2	1,810	40,093.5	1,810	47,241.4	1,810	56,530.9	1,810
ต้นทุน (บาทต่อไร่)											
- ต้นทุนการปลูก การจัดการและการเก็บเกี่ยว	3,184	1,850	800	5,650	800	6,500	800	7,500	800	8,700	800
- ต้นทุนค่าเสียโอกาสการใช้ประโยชน์พื้นที่	0	988	988	988	988	988	988	988	988	988	988
รวมต้นทุน	3,184	2,838	1,788	6,638	1,788	7,488	1,788	8,488	1,788	9,688	1,788
มูลค่าปัจจุบันต้นทุน (PVC)	3,184.0	2,738.3	1,664.6	5,962.9	1,549.7	6,262.2	1,442.8	6,608.7	1,343.2	7,022.4	1,250.5
มูลค่าปัจจุบันรายได้ (PVB)	0	1,746.4	1,685.1	30,375.9	1,568.8	33,530.3	1,460.5	36,781.6	1,359.8	40,977.0	1265.9
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)											148,263
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (BCR)											4.25
อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)											108%

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปิติ กันตังกุล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำตรวจแก้ไขและให้ข้อคิดเห็นต่างๆ เพิ่มเติม และขอขอบพระคุณ ดร.มะลิวัลย์ หฤทัยธนาสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่กรุณาให้ทุนการศึกษา รวมถึงให้คำปรึกษาและให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติมในการเขียนบทความฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กระทรวงพลังงาน. 2553. สถิติการใช้พลังงานของประเทศไทย (online) www.dede.go.th, 15 มกราคม 2554.
- คณะวนศาสตร์. 2553. การศึกษาลักษณะของพรรณไม้ ปริมาณการดูดซึมน้ำของพืชคาร์บอนไดออกไซด์และขนาดพื้นที่ที่เหมาะสม. โครงการกลไกการพัฒนาที่สะอาดภาคป่าไม้.
- ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ. 2540. เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มะลิวัลย์ หฤทัยธนาสันต์และคณะ. 2553. ศักยภาพและผลผลิตไม้โตเร็วเพื่อผลิตพลังงาน. สถาบันผลิตผลเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มะลิวัลย์ หฤทัยธนาสันต์ และคณะ. 2554. รายงานความก้าวหน้าโครงการครั้งที่ 2 โครงการวิจัยศักยภาพการปลูกไม้สกุลอะคาเซียบนพื้นที่เสื่อมโทรมเพื่อเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา. 2555. แผนพัฒนาการเกษตรปี 2555. จังหวัดฉะเชิงเทรา
- เอกพงษ์ ฐนะวัติ และคณะ. 2554. การกักเก็บธาตุอาหารในมวลชีวภาพเหนือดิน และการคืนกลับธาตุอาหารในสวนป่าไม้โตเร็วที่ปลูกเพื่อผลิตพลังงาน. น. 616-623. ใน รายงานการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 49: สาขาพืช. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

**การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) ในการสร้างคุณค่าตราสินค้า
ในมุมมองของนักศึกษาปริญญาโทสถาบันการศึกษาเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

**THE PERCEPTION OF INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATIONS (IMC) TO CREATE BRAND EQUITY IN THE VIEW
OF THE GRADUATE STUDENTS OF PRIVATE INSTITUTIONS IN
BANGKOK METROPOLITAN REGION**

นางสาวปรีดาภรณ์ คุ่มนิลกาล
สาขาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail : preedaporn.tu@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน(IMC) ในการสร้างคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาปริญญาโทสถาบันการศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” เพื่อศึกษาถึงคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และศึกษาถึงปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักศึกษาปริญญาโทจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 390 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า Pearson ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน มีค่าในระดับมาก ได้แก่ การเข้าใช้บริการสืบค้นข้อมูลบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเพื่อค้นหาข้อมูล และการดูโฆษณาของมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อ ส่วนการวัดคุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคนั้น พบว่า เมื่อพูดถึงมหาวิทยาลัยเอกชนมักจะนึกถึงมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และเมื่อพูดถึงมหาวิทยาลัยเอกชนแล้วรู้จักเพราะเป็นสถาบันที่เลือกศึกษา และหากเอ่ยถึงมหาวิทยาลัยเอกชนแล้วมักจะนึกถึงสี/ตราสัญลักษณ์/สโลแกนประจำมหาวิทยาลัย สื่อที่ทำให้รู้จักมหาวิทยาลัยเอกชนได้แก่ การรู้จักจากเพื่อนญาติหรือคนรู้จักแนะนำ สิ่งที่สามารถอธิบายถึงเป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ตนเองศึกษาอยู่ คือ ผลงานของมหาวิทยาลัย ความรู้สึกที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนที่ตนเองศึกษาอยู่ คือ อนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้วพร้อมที่จะสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ

ของมหาวิทยาลัยในฐานะที่เป็นศิษย์ คุณภาพโดยรวมของมหาวิทยาลัยที่ตนศึกษาอยู่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การสื่อสารการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าตราสินค้าของมหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่การสื่อสารการตลาดโดยใช้กิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม

คำสำคัญ : สถาบันการศึกษาเอกชน การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน คุณค่าตราสินค้า

ABSTRACT

The purposes of this research were to study "The Perception of Integrated Marketing Communications (IMC) to create brand equity in the view of graduate students of private institutions in Bangkok Metropolitan Region" and to study the factors in term of the Integrated Marketing Communications (IMC) which affected brand equity. The instrument was questionnaire and the samples were 390 graduate students of private institutions in Bangkok Metropolitan Region. The statistics used for analysis of the data were frequency, percentage, mean, standard deviation and tested hypotheses by using "Pearson" with the reliability of 95 percent and the error of measurement not more than 5 percent.

The results showed that most consumers perceived the Integrated Marketing Communications (IMC) at high level, such as to access by searching information and the university's advertising on the university's website for choosing and making their decisions for further studies. The measurement on brand equity of the consumers found that they chose Bangkok University for private institutions and they also knew these private institutions for their choosing of color, logo and slogan of private institutions. Private institutions' media that each institution used to promote were relatives and the suggestion of the acquaintances. The explanation of the identity of the private institution were output, outcome and also graduate students would support institution's activities after their graduation. Overall of quality of the universities from graduate students' opinion was at high level and the hypothesis testing result found that the overall of marketing's communication affected to the creation brand equity of private universities as the marketing's communication by using the major and minor activities.

KEYWORDS: Private institutions Integrated Marketing Communications (IMC) Brand equity

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตที่ผ่านมาการศึกษาในระดับที่สูงกว่าในระดับปริญญาตรีนั้น มีความต้องการไม่มากนัก ปัจจุบันการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาในสถาบันทั้งของรัฐและเอกชนมีเพิ่มมากขึ้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ สามารถเลือกเข้าศึกษาต่อได้ตามความต้องการที่มีมากขึ้น เพื่อสามารถศึกษาต่อควบคู่ไปกับการทำงานได้ (อึ้งใน วันวิสาข์ แก้วสมบุญ, 2549)

ในยุคปัจจุบันที่เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาส่งผลทำให้สภาพการณ์แข่งขันของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง แต่ละแห่งมีเอกลักษณ์ มีอายุต่างกัน ความโดดเด่นเฉพาะด้านต่างกัน และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างกัน แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ มุ่งให้ความรู้และพัฒนาคุณภาพทางการศึกษา ทำให้แต่ละสถาบันอุดมศึกษาเอกชนต่างๆ ค้นหาแนวทางการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบที่เหมาะสมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานด้านการจัดการศึกษา ถือเป็นหัวใจหลักของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแต่ละแห่ง ซึ่งต้องพยายามสร้างความแตกต่างให้กับสถานศึกษาของตนเอง การตลาดปัจจุบันเป็นการตลาดที่เรียกได้ว่ามุ่งเน้นลูกค้าเป็นจุดศูนย์กลาง(Customer Oriented) อย่างแท้จริง นักการตลาดสมัยใหม่ต้องเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมาย จากช่องทางที่หลากหลายขึ้น และเปลี่ยนแปลงไป การต้องบริหารลูกค้าในประเภทต่าง ๆ ที่แตกต่างกันในโลกของการค้าสมัยใหม่ และยังต้องสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า /ครองใจลูกค้าได้ เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราในระยะยาว ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายในสถานการณ์ที่ลูกค้ามีทางเลือกอย่างมาก ในการวางแผนการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน(IMC) ซึ่งถือเป็นยุทธวิธีสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถสร้างลูกค้าใหม่ รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ได้

จากการพัฒนาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบต่าง ๆ นั้น มีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบริการของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ทำให้สถาบันอุดมศึกษาของภาคเอกชนให้ความสนใจในการนำกลยุทธ์ดังกล่าวมาใช้เพื่อสื่อสารให้ลูกค้าเป้าหมาย โดยเป็นที่มาของการศึกษาถึง “การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน(IMC) ในการสร้างคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อเป็นประโยชน์กับการนำปัจจัยดังกล่าวไปใช้วางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนต่อไป

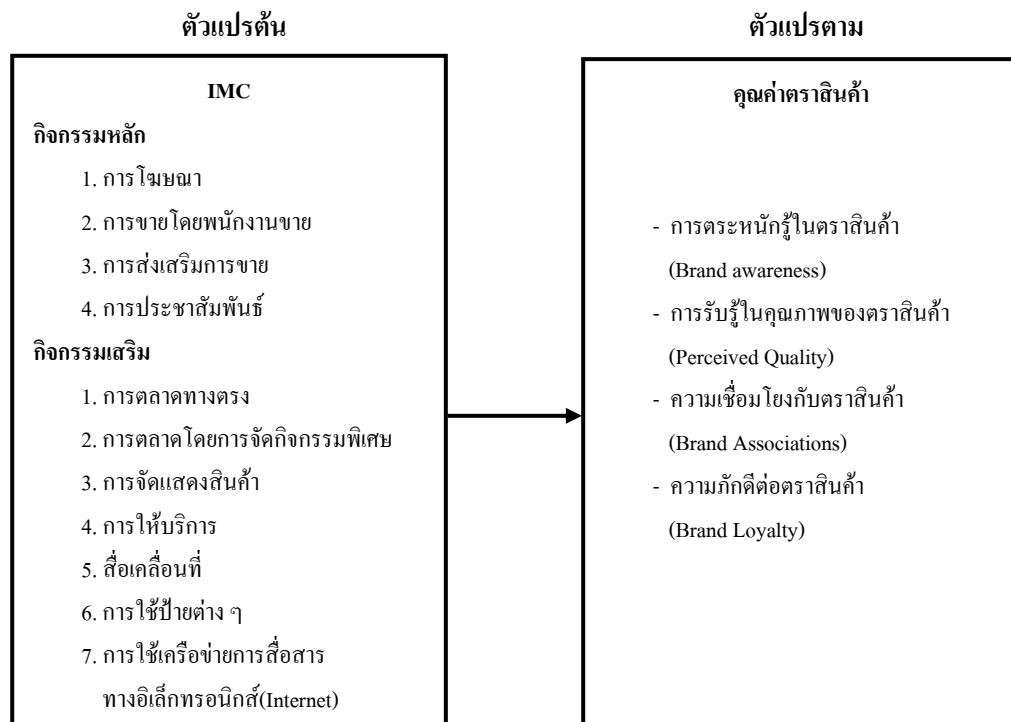
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พนิดา (2546) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจบริการ ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่ในวัยทำงานอายุระหว่าง 25-64 ปี ซึ่งเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และธนาคารจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) องค์กรธุรกิจบริการที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตามหลักการ แนวคิด และทฤษฎีการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (2) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความสัมพันธ์ที่ลูกค้ามีกับองค์กรธุรกิจบริการ (3) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความภักดีที่ลูกค้ามีกับองค์กรธุรกิจบริการ (4) ทศนคติที่ลูกค้ามีต่อการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับระดับความสัมพันธ์ที่ลูกค้ามีกับองค์กรธุรกิจบริการ (5) ทศนคติที่ลูกค้ามีต่อการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความภักดีที่ลูกค้ามีกับองค์กรธุรกิจบริการ

Sreedhar, Vishag and Robert (2005) ได้นำเสนอการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานและความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์การสร้างคุณค่าตราสินค้าของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนกลยุทธ์การสร้างคุณค่าตราสินค้าซึ่งมีรายละเอียดได้แก่ 1) บทบาทของ IMC ในการสร้างและรักษาคุณค่าตราสินค้า 2) บทบาทของคุณค่าตราสินค้าในการให้ข้อมูลแนะแนวทางและช่วยพัฒนา ดูแลรักษาและนำกลยุทธ์ IMC ของบริษัทไปใช้พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน(IMC) 1) ได้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง 2) ได้แพร่กระจายไปสู่ระดับต่าง ๆ ในบริษัท 3) ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ตราสินค้าที่ต้องการกิจกรรมการพัฒนาตราสินค้าภายในบริษัท ก่อนที่จะเริ่มสื่อสารเกี่ยวกับตราสินค้าให้คนภายนอกทราบ

Angel (2005) ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีและประสบการณ์ซึ่งแสดงถึงผลกระทบของการสื่อสารการตลาดและการส่งเสริมการตลาดทางด้านราคาในการสร้างคุณค่าตราสินค้า ทฤษฎีนี้ยังได้สนับสนุนในการประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ต้นทุนพื้นฐานของโครงสร้างที่เท่ากันเพื่อที่จะยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างความพยายามของการสื่อสารการตลาดกับมีคุณค่าตราสินค้าได้แก่ การรับรู้ในคุณภาพ ความภักดีในตราสินค้า การรู้จักในตราสินค้า และภาพลักษณ์ของสินค้า โมเดลในการวัดได้พิสูจน์จากกลุ่มตัวอย่างของครอบครัวในการซื้อสินค้าที่ทนทานซึ่งในกรณีนี้ได้ใช้เครื่องซักผ้าจากผลพบว่า ผลกระทบทางด้านบวกของการสื่อสารการตลาดในการสร้างคุณค่าตราสินค้าและยังสนับสนุนถึงการวัดการรับรู้คุณภาพ ความภักดีต่อตราสินค้า การรู้จักในตราสินค้า และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่เกิดขึ้นก่อนคุณค่าตราสินค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

1. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานประเภทกิจกรรมหลักส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานประเภทกิจกรรมเสริมส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ได้ทราบถึงปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโทสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปวิเคราะห์ และวางแผนในการใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมาใช้ในการสร้างคุณค่าตราสินค้าต่อมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาโท และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของมหาวิทยาลัยเอกชนให้มีประสิทธิภาพต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจและใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาโทจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รูปแบบการเรียนการสอนเป็นหลักสูตรภาษาไทย มีจำนวนนักศึกษาสูงสุด 5 ลำดับแรก(อ้างถึง : <http://www.mua.go.th>) ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรของ Taro Yamane (วิชิต อุ๋น, 2550 หน้า 148) ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน จากประชากรทั้งสิ้นประมาณ 16,259 คน

ในการวิจัยครั้งนี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า ประกอบด้วย ด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้า ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า ด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า และด้านความภักดีต่อตราสินค้า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติวิเคราะห์เชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า Pearson ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5

สรุปผลการวิจัย

ผู้บริโภครส่วนใหญ่ศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคเสาร์-อาทิตย์ เป็นเพศหญิง อายุ 25 ปี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างองค์กรเอกชน สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท บิดามีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการและค้าขาย และมารดามีอาชีพเป็นแม่บ้าน

การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของผู้บริโภค พบว่ามีการเปิดรับ ได้แก่ การเข้าใช้บริการสืบค้นข้อมูลบนเว็บไซต์มหาวิทยาลัย และการดูโฆษณาของมหาวิทยาลัยเพื่อใช้ในการตัดสินใจศึกษาต่อ

การวัดคุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภค ด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้า พบว่า เมื่อพูดถึงมหาวิทยาลัยเอกชน บริโภคส่วนใหญ่จะนึกถึงมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รองลงมาคือมหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อพูดถึงมหาวิทยาลัยเอกชนแล้ว รู้จักเพราะเป็นสถาบันที่เลือกศึกษา รองลงมาเคยเห็นตามสื่อประเภทต่าง ๆ และเพื่อนเรียน/เพื่อนแนะนำ ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า พบว่า หากเอ่ยถึงมหาวิทยาลัยเอกชนแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนึกถึงสี/ตราสัญลักษณ์/สโลแกนประจำมหาวิทยาลัย รองลงมาคือ คุณภาพทางการศึกษา และและจุดเด่น/ลักษณะพิเศษของมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัย ด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า พบว่า ผู้บริโภคสามารถอธิบายความเป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ตนเองศึกษาที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิด ได้แก่ ผลงานของมหาวิทยาลัย รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่พร้อมให้คำแนะนำปรึกษาและบริการที่ดี และบรรยากาศของมหาวิทยาลัยเอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอน ด้านความภักดีต่อตราสินค้า พบว่า ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนที่ตนเองศึกษาอยู่ ได้แก่ ในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้วพร้อมที่จะสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยในฐานะที่เป็นศิษย์เก่า ด้านคุณภาพทางการศึกษา ด้านความพร้อมที่จะแนะนำให้คนที่รู้จักมาเรียนในมหาวิทยาลัยของแห่งนี้ คุณภาพในภาพโดยรวมของมหาวิทยาลัยเอกชนของผู้บริโภคที่กำลังศึกษาอยู่ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

การทดสอบสมมติฐาน

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานโดยใช้กิจกรรมหลัก ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า ด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้า ด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า และด้านความภักดีต่อตราสินค้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ ส่วนด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า ได้แก่ การส่งเสริมการขาย

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานโดยใช้กิจกรรมเสริม ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้า ได้แก่ การตลาดทางตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแสดงสินค้า การใช้ป้ายต่าง ๆ และการใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า ได้แก่ การตลาดทางตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแสดงสินค้า การให้บริการ สื่อเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่าง ๆ และการใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า ได้แก่ การตลาดทางตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแสดงสินค้า การให้บริการ สื่อเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่าง ๆ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็น ด้านความภักดีต่อตราสินค้า ได้แก่

การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแสดงสินค้า การให้บริการ สื่อเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่าง ๆ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่ส่งผลต่อการสร้างคุณค่าตราสินค้าต่อมหาวิทยาลัยเอกชน แบ่งออกเป็น 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลักประกอบไปด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยเอกชนได้ใช้ในการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้เกิดการสร้างคุณค่าในตราสินค้าของลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันในการสื่อสารการตลาดนั้น จำเป็นต้องมีกิจกรรมเพิ่มเติมหรือเรียกว่า “กิจกรรมสนับสนุน” หรือ “กิจกรรมเสริม” เข้ามาช่วยในการสื่อสารการตลาด ทั้งนี้ เนื่องจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแต่ละเครื่องมือจำเป็นต้องอาศัยหลักการผสมผสานเพื่อทำให้เครื่องมือแต่ละเครื่องมือทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยกิจกรรมเสริมประกอบไปด้วย การตลาดทางตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแสดงสินค้า การให้บริการ สื่อเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่าง ๆ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่สำคัญ อย่างหลากหลาย และผสมผสานกันไปในทิศทางเดียวกันในการสร้างคุณค่าตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม ซึ่งในการที่จะใช้เครื่องมือแต่ละประเภทนั้น มหาวิทยาลัยต่าง ๆ จะพิจารณาตามสภาวะแวดล้อม และสถานการณ์ด้านการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารการตลาด (สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 2530, หน้า 55) ที่กล่าวว่า เป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสื่อความหมาย สร้างความหมาย สร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดพฤติกรรมตอบสนอง ตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้น และSchultz, Tannenbaum and Lauterborn (1994) ได้กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเป็นยุทธวิธีการผสมผสานเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่สำคัญต่าง ๆ เพื่อไปสร้างผลกระทบเชิงบวกกับกลุ่มเป้าหมายที่ทำการสื่อสารด้วย กล่าวคือ เป็นการสื่อสารการตลาดทุกรูปแบบอย่างผสมผสานร่วมกันเพื่อทำให้การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Angel (2005) ที่พบว่าผลกระทบทางด้านบวกของการสื่อสารการตลาดในการสร้างคุณค่าตราสินค้า และยังสนับสนุนถึงการวัดการรับรู้คุณภาพความภักดีต่อตราสินค้า การรู้จักในตราสินค้า และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่เกิดขึ้นก่อนคุณค่าตราสินค้า

ในส่วนของการโฆษณาพบว่า มหาวิทยาลัยเอกชนชั้นนำ ต่างให้ความสำคัญต่อการสร้างคุณค่าด้านตราสินค้าผ่านการนำเสนอด้านการให้บริการบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อค้นหาข้อมูลส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าเนื่องจาก เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถให้ข้อมูล และรายละเอียดอย่างครบถ้วนเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อบริการ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้น การเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจึงสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ (เสรี วงษ์มณฑา, 2547: 42-43) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกเปิดรับสาร มี 4 ขั้นตอนดังนี้ (1) การเลือกรับสาร (2) การเลือกที่จะสนใจ (3) การเลือกที่จะตีความ (4) การเลือกที่จะจดจำ เมื่อผ่านขั้นตอนการตีความหมายแล้ว เมื่อเลือกจดจำแล้วนั้น มักเป็นข่าวสารที่ช่วยเสริมย้ำ และสนับสนุนความรู้สึกรัก ความคิด ทศนคติ ค่านิยมของแต่ละคนให้เข้มแข็งขึ้น และสามารถนำออกมาใช้เพื่อลดความคับข้องใจเมื่อเกิดความขัดแย้งกันของข่าวสารเก่าและใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่า หลังจากที่ถูกกลุ่มลูกค้า

เป้าหมายได้มีการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ แล้ว ยังสามารถจำแนกช่องทางการรับรู้สื่อต่างๆ ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เช่นเดียวกัน ซึ่งได้แก่ สื่อบุคคล นั่นคือ การรู้จักมหาวิทยาลัยเอกชนจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักแนะนำ ได้รับข้อมูลงานสารจากงานแนะแนว ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านบุคคล เหล่านี้เปรียบเสมือนเป็นพนักงานขายของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ให้ความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยผ่านบุคคลประเภทต่าง ๆ ด้านการส่งเสริมการขาย จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายที่ได้รับจากมหาวิทยาลัยเอกชนต่าง ๆ โดยจากผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือการส่งเสริมการขายของมหาวิทยาลัยเอกชนส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า ซึ่ง Duncan (2001) ได้สนับสนุนว่าการส่งเสริมการขายถือเป็นส่วนประกอบสำคัญส่วนหนึ่ง ของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน โดยเฉพาะในกรณีที่สินค้ามีลักษณะคล้ายคลึงกัน การส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างตราสินค้า และยังช่วยในการดึงดูดลูกค้าใหม่ การรักษาลูกค้าเก่าไว้ และยังช่วยเสริมแรงการโฆษณาเกี่ยวกับตราสินค้า ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างคุณค่าตราสินค้า ตามวัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานนั่นเอง ด้านการประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มหาวิทยาลัยเอกชนใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า ด้านการตระหนักรู้ ด้านการรับรู้ในคุณค่าตราสินค้า และด้านความภักดีต่อตราสินค้า ดังที่ Duncan (2001) ได้กล่าวว่า ลักษณะเด่นของการประชาสัมพันธ์สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้สูงสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงเฉพาะกลุ่มได้ และยังสอดคล้องกับการสร้างคุณค่าตราสินค้า ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

ส่วนด้านกิจกรรมเสริมที่มหาวิทยาลัยเอกชนจัดขึ้นนั้น ประกอบไปด้วย ด้านการตลาดทางตรง จากผลการศึกษาพบว่า ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพของตราสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งรูปแบบการสื่อสารการตลาดโดยใช้การตลาดแบบตรงนี้ทำให้ลูกค้าตระหนักรู้ในตราสินค้า เชื่อมโยงตราสินค้า และรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้าหรือบริการ เปลี่ยนทัศนคติหรือความพึงพอใจ และยังสนับสนุนให้ลูกค้าตัดสินใจซื้ออย่างดี (พินดา ใ้วเจริญ, 2546) ด้านการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า การให้บริการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า ด้านการคุณภาพในตราสินค้า และทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าด้วยเช่นเดียวกัน การให้บริการเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ลูกค้าผู้สนใจไปร่วมชุมนุมพบปะกับฝ่ายองค์กรธุรกิจ ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ สถานที่ที่เหมาะสมเพื่อเยี่ยมชมสินค้า หรือบริการที่ฝ่ายองค์กรธุรกิจนั้นนำมาจัดเสนอ ด้านของสื่อเคลื่อนที่ จากผลการศึกษาพบว่า สื่อเคลื่อนที่ประเภทต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชน ได้จัดทำขึ้นส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า ด้านคุณภาพและความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วงมณฑา ที่กล่าวไว้ว่า สื่อเคลื่อนที่นั้นได้เป็นการเพิ่มความถี่ในการรู้จักของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้เพิ่มคุณค่าตราสินค้ามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแสดงสินค้า การใช้ป้ายต่างๆ และการติดต่อสื่อสารผ่านอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสื่อสารไปยังลูกค้าเป้าหมายก็ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าในตราสินค้า เช่นเดียวกัน โดยส่งผลต่อการตระหนักรู้ การเชื่อมโยงกับตราสินค้า คุณภาพในตราสินค้า และทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของมหาวิทยาลัยเอกชน ส่วนการติดต่อสื่อสารโดยใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ นั้น สร้างคุณค่าในตราสินค้าด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ด้วยเช่นกัน

ผลจากการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมส่งผลต่อการสร้างคุณค่าในตราสินค้าของแต่ละมหาวิทยาลัย อันเนื่องจาก รูปแบบการสื่อสารเป็นการสื่อสารแบบ

ผสมผสาน โดยนำเอาจุดแข็งของแต่ละสื่อมาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้การติดต่อสื่อสารด้านการตลาดตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สอดคล้องกับแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ซึ่งในปัจจุบันภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงนั้น การใช้เครื่องมือทางการสื่อสารเพียงอย่างเดียวคงจะไม่ได้ผลอีกต่อไป เนื่องจากมีผู้ขายสินค้าหรือผู้ส่งข่าวสารจำนวนมาก พยายามที่จะเข้าถึงผู้รับข่าวสารหรือผู้บริโภคกลุ่มเดียวกันในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น นักการตลาดและนักโฆษณาจึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารทุกรูปแบบในการที่จะเข้าถึงผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้ามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ (ซูทซ์ และคณะ, 2544) การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องเลือกใช้และนำเครื่องมือการสื่อสารต่าง ๆ มาใช้ให้สอดคล้องกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสารการตลาดของบริษัทไปสู่ผู้บริโภค เพื่อที่จะสร้างคุณค่าให้กับตราสินค้า และยังสอดคล้องกับขั้นตอนการพัฒนาระบบการสื่อสารโดยการใช้เครื่องมือสื่อสารหลายรูปแบบ และนำมาใช้ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งแต่ละเครื่องมือจะต้องถูกใช้อย่างกลมกลืน และต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก เข้าใจ และมองเห็นค่านี้อย่างดี (กิตติ สิริพัฒน, 2542)

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่าสอดคล้องกับ Sreedhar, Vishag and Robert (2005) ในเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน และความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างคุณค่าตราสินค้านั้นพบว่า รูปแบบการสื่อสารแบบผสมผสานนี้ส่งผลดีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนอย่างยิ่ง เนื่องจากการประกอบธุรกิจประเภทของการบริการด้านการศึกษา ในการตัดสินใจของลูกค้าเป้าหมาย ย่อมต้องแสวงหาข้อมูลให้ได้มากที่สุดเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อบริการ โดยเฉพาะการศึกษา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของมนุษย์ในการสร้างศักยภาพทางความคิด สติปัญญา และก่อให้เกิดโอกาสทางด้านสังคม ทำให้การตัดสินใจในแต่ละครั้งจำเป็นต้องอาศัยเวลา และสื่อต่าง ๆ ช่วยประกอบการตัดสินใจ

การศึกษาในครั้งนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานส่งผลต่อการคุณค่าตราสินค้า โดยที่การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมีส่วนช่วยในการสร้างคุณค่าตราสินค้า และส่งเสริมคุณค่าตราสินค้าตามแนวคิดที่กล่าวไว้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการสร้างคุณค่าตราสินค้า (Aaker & Biel, 1993) โดยการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งในการติดต่อสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภค โดยกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารไปยังเป้าหมายเพื่อให้เกิดการรับรู้ การเรียนรู้ และเกิดพฤติกรรมในที่สุดของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของแต่ละมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเอกชน ควรให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เนื่องจากธุรกิจการศึกษา เป็นธุรกิจที่ต้องให้ข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งในการตัดสินใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยในระดับต่าง ๆ นั้น เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายส่วนด้วยกัน ในบางครั้งถึงแม้ว่าผู้ให้บริการ เป็นผู้ตัดสินใจหรือริเริ่มในการซื้อ แต่ผู้ซื้ออาจเป็นผู้ปกครองก็เป็นได้ ดังนั้น เมื่อการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย ในแต่ละฝ่ายมีหน้าที่ที่แตกต่างกัน และแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างละเอียด การติดต่อสื่อสารด้านการตลาดแบบผสมผสาน จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญ โดยเป็นการผสมผสานระหว่างเครื่องมือการติดต่อสื่อสารหลายเครื่องมือด้วยกัน เพื่อให้แต่ละเครื่องมือทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และสามารถสื่อสารไปยังลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม

การติดต่อสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน จึงประกอบไปด้วย 2 กิจกรรมได้แก่ กิจกรรมหลัก นั่นคือ การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ การติดต่อสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ยังมีกิจกรรมเสริม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ซึ่งได้แก่ การตลาดแบบตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแสดงสินค้า การให้บริการ สื่อเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่าง ๆ การใช้เครือข่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ โดยกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ต่างมุ่งหวังให้เกิดการสร้างคุณค่าในตราสินค้าแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น นักศึกษา ผู้ปกครอง ญาติ พี่น้อง เพื่อน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนต่าง ๆ เป็นต้น

จากผลการวิจัยทำให้เราทราบว่า ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการสร้างคุณค่าในตราสินค้าของมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้องในการกำหนดทิศทาง และนโยบายองค์กรในการที่จะสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นต่อตราสินค้าขององค์กรของตนเอง จำเป็นต้องเลือกใช้เครื่องมือการติดต่อสื่อสารให้เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย โดยนำเอาข้อดีของแต่ละเครื่องมือมาช่วยลดข้อเสียของเครื่องมือต่าง ๆ เกิดการผสมผสานกันอย่างลงตัวด้วยโปรแกรมการติดต่อสื่อสารอย่างครบวงจร สร้างการรับรู้ในการด้านต่าง ๆ และปรับใช้ให้เหมาะสมตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละกลุ่มภายใต้จุดมุ่งหมายเดียวกัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในอนาคตอาจมีการพัฒนาเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพิ่มขึ้น ดังนั้น เพื่อให้ผลการศึกษามีความแม่นยำและน่าเชื่อถือ จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้เครื่องมือหรือกระบวนการใหม่นั้น เพื่อเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ผลของเครื่องมือแต่ละวิธี ทั้งนี้ ควรมีการควบคุมกลุ่มตัวอย่างและปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เหมือนเดิม เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้ในการศึกษา อีกทั้งการวิจัยมีค่าใช้จ่ายสูง ผู้ศึกษาเพิ่มเติมอาจนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมในครั้งนี้ไปใช้วิเคราะห์ด้วยเครื่องมือหรือวิธีการอื่น ๆ เพื่อศึกษาผลที่ได้ และประสิทธิภาพของเครื่องมือหรือแต่ละวิธีการนั่นเอง

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษาเพียงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงกลุ่มผู้บริโภคในส่วนอื่น ๆ ของประเทศ ทั้งนี้ อาจมีปัจจัยบางอย่างที่แตกต่างกันในเชิงพฤติกรรมการตัดสินใจตามลักษณะที่แตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ ดังนั้น หากมีการขยายผลให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้นต่อไปก็จะทำให้ทราบ และเกิดความเข้าใจครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

3. ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะเรื่องของการรับรู้การติดต่อสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อคุณค่าตราสินค้าในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยไม่ได้ศึกษาผลที่ได้จากการตัดสินใจใช้บริการ ดังนั้นในอนาคตต่อไป ควรจะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมถึงอิทธิพลของการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

บรรณานุกรม

- กิตติ สิริพลภ. 2542. การสร้างคุณค่าให้ตราที่ห่อ. แหล่งที่มา: <http://www.bus.tu.ac.th/usr/kitti/article.html>. (10 กันยายน 2554)
- พนิดา ไควเจริญ. 2546. “ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจบริการ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. 2530. การสื่อสารการตลาด. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด. กรุงเทพมหานคร: ชนชัยการพิมพ์
- วิจิต อุ๋อัน. 2553. การใช้ การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2547. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธ์พัฒนา.
- Aaker, D.A., and Biel, A. L. 1993. **Brand equity and advertising: An overview.** In D.A. Aaker & A.L. Biel (Eds.), “Brand equity & advertising: advertising’s role in building strong brands.” **Brand equity and advertising: 1-8.**
- Angel, F. Villarejo-Ramos. 2005. “The impact of marketing communication and price promotion on brand equity.” **Journal of Brand Management.** 23, 2: 105-115.
- Don E, Schultz and Stanley I., Tannenbaum, Robert F., Lauterborn. แปลโดย ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. 2544. **ไอเอ็มซี การสื่อสารการตลาดแนวใหม่.** กรุงเทพมหานคร: เอ อาร์. บิซิเนส เพรส.

**อิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจซื้อ
เครื่องดื่มในร้านกาแฟท้องถิ่นตรามิ่งมิตร จังหวัดเชียงใหม่**

**THE EFFECT OF CUSTOMER BASED BRAND EQUITY COMPONENTS ON
PURCHASE INTENTION OF THE MINGMITR LOCAL COFFEE BAR IN
CHIANG MAI PROVINCE.**

พงศ์ศิริ คำขันแก้ว

นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามิ่งมิตร ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ลูกค้าของร้านกาแฟท้องถิ่นตรามิ่งมิตร จำนวน 500 คน มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์สมการโครงสร้างถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าด้านการรู้จักรตราสินค้า และด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามิ่งมิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แบบจำลองที่ได้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามิ่งมิตร ได้ร้อยละ 73.0

คำสำคัญ: คุณค่าตราสินค้า, ความตั้งใจซื้อ, ร้านกาแฟท้องถิ่น

ABSTRACT

This research investigates the effect of customer Based brand equity components on purchase intention of the Mingmitr Local Coffee Bar in Chiang Mai province. Of 500 respondents agreed to participant in this study which is the customers of the Mingmitr Local Coffee Bar. The research instrument was questionnaires. The structural equation modeling was used to analyze the data. The result indicates that brand awareness and brand association have a significant impact on customer's purchase intention of the Mingmitr Local Coffee at the statistically significant level of 0.05. The good of fit indices of revised model indicate

adequate fit. The combined effect of the model explains 73 percent of the total variance in purchase intention of the Mingmitr Local Coffee Bar.

Keyword: Brand Equity, Purchase Intention, Local Coffee Bar

1. บทนำ

คุณค่าตราสินค้าเป็นผลภาพสะท้อนจากการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า (Keller, 1993) คุณค่าตราสินค้ามีส่วนช่วยลูกค้าเกิดความรู้สึกไว้วางใจต่อตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อสินค้าซ้ำ ทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพของโปรแกรมการตลาด และช่วยให้การการตลาดสามารถพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงการพัฒนาศักยภาพของการขยายตราสินค้า (Peter and Olson, 2008) ส่งผลให้องค์การธุรกิจมียอดขายที่เพิ่มมากขึ้น อันเป็นการแสดงถึงส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้นด้วย (Helander and Khalid, 2000) ดังนั้นคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสำเร็จทางการตลาด (Aaker, 1991)

คุณค่าตราสินค้าเป็นมิติที่มีความหลากหลาย Aaker (1991) เสนอว่า คุณค่าตราสินค้าประกอบด้วย การรู้จักตราสินค้า (Brand Awareness) ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า (Brand Association) การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า (Brand Perceived Quality) ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) และสินทรัพย์ประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า (Other Proprietary Brand Assets) โดยแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวคิดที่นักวิจัย นำไปศึกษาเพื่อยืนยันข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบททางธุรกิจที่แตกต่างกันในหลายประเทศ ทั้งธุรกิจสายการบิน ธุรกิจบริการการขนส่ง ธุรกิจเสื้อผ้า และธุรกิจเครื่องสำอาง (Yoo, Donthu and Lee, 2000; Yoo, and Donthu, 2001; Wasburn and Plank, 2002; Atilgan, Aksoy and Akinci, 2005; Pappu, Quester and Cooksey, 2006; Rios and Riquelme, 2008; Davis, Golobic and Marquardt, 2009; Tong and Hawley, 2009; Chen and Tseng, 2010, Lee and leh, 2011) โดยมีเพียงงานวิจัยของ Jalivand, Samiei and Mahdavinia (2011) ที่ทำการทดสอบอิทธิพลของคุณค่าตราสินค้าที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ ประเทศตุรกี ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษานำประยุกต์ใช้ทดสอบกับธุรกิจร้านกาแฟสดในประเทศไทยโดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ธุรกิจร้านกาแฟสดมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันของธุรกิจในระดับสูง (วิระศักดิ์ รอดสุวรรณ, 2554) ธุรกิจร้านกาแฟสดในจังหวัดเชียงใหม่สามารถแบ่งประเภทตามระดับตราสินค้าคือ ร้านกาแฟสดระดับตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) อาทิ ร้านกาแฟแพววิ ร้านกาแฟแพดอยช้าง ร้านกาแฟแพดอยตุง และร้านกาแฟมีงมิตรเป็นต้น และร้านกาแฟตราสินค้าระดับโลก (Global Brand) อาทิ สตาร์บัคส์ เป็นต้น (ยุพาวดี บุริมสิทธิพงษ์, 2549)

สำหรับธุรกิจร้านกาแฟที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาในครั้งนี้คือ ธุรกิจร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังมิตร เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2549 โดยมีการสร้างตราสินค้ามาตั้งแต่เริ่มดำเนินการ และเข้าสู่ธุรกิจร้านกาแฟสดที่มีการแข่งขันสูงในอุตสาหกรรม ทั้งยังมีการวางตำแหน่งตราสินค้าของตนให้อยู่ในระดับกลาง จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการร้านกาแฟตรามังมิตร พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ในธุรกิจร้านกาแฟสดมีพฤติกรรมซื้อที่เปลี่ยนตราสินค้า (Switching Brand) ในระดับสูง และมีความภักดีต่อตราสินค้าในระดับต่ำ ดังนั้นการสร้างตราสินค้า และการรักษาคุณภาพของเครื่องดื่มกาแฟสด รวมถึงการส่งมอบประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับการดื่มเครื่องดื่มกาแฟจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ (พาโชค รุจิวัฒน์, 2555: สัมภาษณ์)

จากการพยายามสร้างตราสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟตรามังมิตร จึงทำให้ผู้วิจัยศึกษาสนใจศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มกาแฟตรามังมิตร จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านกาแฟตรามังมิตรในการบริหารตราสินค้า และการพัฒนาคุณค่าตราสินค้าเครื่องดื่มกาแฟตรามังมิตรจากมุมมองของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ อันจะเป็นเพิ่มความสามารถทางการตลาดในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้า คือ ด้านการรู้จักตราสินค้า ด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า ด้านการรับรู้คุณภาพของตราสินค้า และด้านความภักดีต่อตราสินค้า ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังมิตร ในจังหวัดเชียงใหม่

3. กรอบแนวคิด และทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้พัฒนากรอบความคิดในการวิจัยจากแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งนี้กรอบความคิดในการวิจัยที่พัฒนาขึ้นถูกนำมาบูรณาการเป็นตัวแปรองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่ใช้ในการวิจัยจำนวนทั้งหมด 4 ตัวแปร และได้ตัวแปรความตั้งใจซื้อสินค้า 1 ตัวแปร รายละเอียดดังนี้

3.1 ความตั้งใจซื้อสินค้า (Purchase Intention) เป็นกระบวนการที่เป็นเหตุเป็นผลอันเกี่ยวข้องกับจิตใจของลูกค้าที่แสดงถึงการวางแผนในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า โดยเป็นการพิจารณาถึงประโยชน์ของสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง อันสะท้อนถึงความมั่นใจของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า และยังส่งผลต่อสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าในอนาคตของลูกค้า (Zeithamal, 1990 quoted in Chang, 2008; Haward, 1944 quoted in Xu, 2009; Kim and Pysarchik, 2000; Keller, 2001)

3.2 แนวคิดคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้า (Customer Based Brand Equity)

องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าที่ใช้ในการศึกษา คือ ด้านการรู้จักตราสินค้า ด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า ด้านการรับรู้คุณภาพของตราสินค้า และด้านความภักดีต่อตราสินค้า รายละเอียดดังนี้

3.2.1 ด้านการรู้จักตราสินค้า (Brand Awareness) Keller (1993) กล่าวว่า การรู้จักตราสินค้า

เป็นความสามารถของลูกค้าในการระลึกถึงตราสินค้า และการจดจำตราสินค้าจากความทรงจำของลูกค้า จากการทบทวนแนวคิดของ Aaker (1996) พบว่าการรู้จักตราสินค้าประกอบด้วย จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ การจดจำตราสินค้า การระลึกถึงตราสินค้า ตราสินค้าอันเป็นที่รู้จักอันดับหนึ่ง การครอบครองใจของตราสินค้า และความคุ้นเคยต่อตราสินค้า ดังนั้นการศึกษานี้ผู้วิจัยจึงขอตั้งสมมติฐานการวิจัยว่า

H_1 : องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าด้านการรู้จักตราสินค้า มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังมิตร

3.2.2 ด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า (Brand Association) Keller (1993) กล่าวว่า ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้าที่มีต่อลูกค้าประกอบด้วยความเชื่อมโยงของคุณสมบัติ และคุณประโยชน์ และทัศนคติโดยรวมต่อตราสินค้าในเชิงบวก ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อตราสินค้าของลูกค้า จากการทบทวนแนวคิดของ Aaker

(1996) พบว่าความเชื่อมโยงต่อตราสินค้าประกอบด้วย จำนวน 3 ด้าน ได้แก่คุณค่า บุคลิกภาพของตราสินค้า และ ความเชื่อมโยงกับองค์กร ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าจึงขอตั้งสมมติฐานการวิจัยว่า

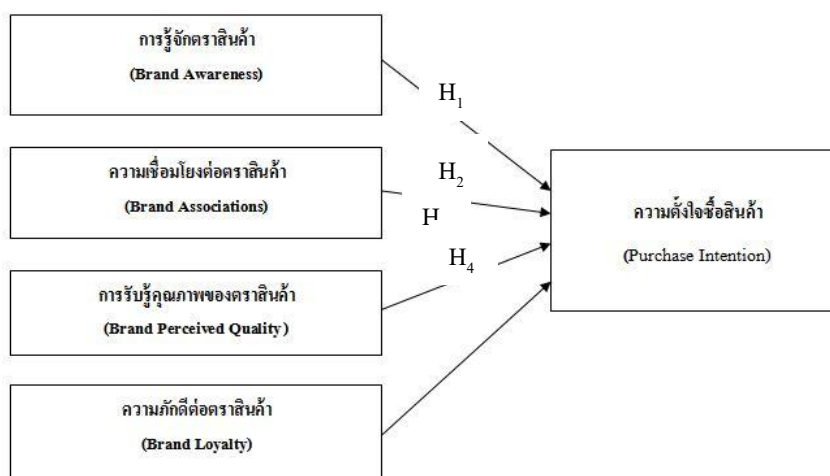
H₂: องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจซื้อสินค้า เครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังกร

3.4 ด้านการรับรู้คุณภาพของตราสินค้า (Brand Perceived Quality) เป็นสิ่งที่สำคัญของคุณค่าตราสินค้า ลูกค้านับรับรู้คุณภาพของตราสินค้าผ่านคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้ามีประสบการณ์ได้ใช้มาแล้ว ดังนั้นการรับรู้คุณภาพของตราสินค้าจึงมีความเชื่อมโยงกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า (Aaker, 1991) จากการทบทวนแนวคิดของ Aaker (1996) พบว่าการรับรู้คุณภาพของตราสินค้า ประกอบด้วย จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ระดับคุณภาพ ความคงที่ของคุณภาพ ความเป็นผู้นำในตลาด ความนิยม และนวัตกรรม โดยมีนักวิชาการจำนวนหนึ่ง (Yoo and Donthu, 2001; Atilgan, Aksoy and Akinici, 2005; Tong and Hawley, 2009) นำปัจจัยดังกล่าวไปพัฒนาเป็นตัวแปรในการศึกษา โดย Jalivand, Samiei and Mahdavinia (2011) พบว่าองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าด้านการรับรู้คุณภาพของตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าดังนั้นการศึกษาค้นคว้าจึงขอตั้งสมมติฐานการวิจัยว่า

H₃: องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าด้านการรับรู้คุณภาพของตราสินค้า มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจซื้อสินค้า เครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังกร

3.5 ด้านความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) เป็นแกนหลักของมิติคุณค่าตราสินค้า ที่มีความสำคัญแรกสุด ความภักดีต่อตราสินค้าเป็นสิ่งที่แสดงถึงความยึดมั่น และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้าช่วยควบคุมต้นทุนทางการตลาด ทั้งยังช่วยป้องกันคู่แข่งในตลาดเดียวกัน (Aaker, 1991) จากการทบทวนแนวคิดของ Aaker (1996) พบว่าความภักดีต่อตราสินค้า ประกอบด้วย จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ราคา ระดับสูง ความพึงพอใจ การแนะนำสินค้าให้กับบุคคลอื่น และความภักดี ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าจึงขอตั้งสมมติฐานการวิจัยว่า

H₄: องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าด้านความภักดีต่อตราสินค้า มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจซื้อสินค้า เครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังกร



ภาพที่ 1 กรอบความคิดในการวิจัย

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือลูกค้าดื่มเครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตราสิงห์มิตร ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 500 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Tabachnick and Fidell, 2007 อ้างถึงใน วีรวรรณ สุทิน, 2551) จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการร้านกาแฟท้องถิ่นตราสิงห์มิตร พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เป็นวัยทำงานและร้อยละ 20 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านได้แก่ กลุ่มคนทำงาน 400 คน และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา 100 คน

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัยมีมาตรวัดประเมินผลค่า 7 ระดับ (7 Likert Scale) โดย 7 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (Jalivand, Samiei and Mahdavinia, 2011) ทั้งนี้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ที่ใช้วัดองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้า ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบอค (Cronbach Coefficient Alpha) ระหว่าง 0.788 ถึง 0.934 และแบบสอบถาม ที่ใช้วัดความตั้งใจซื้อสินค้า ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบอค 0.796 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM)

5. สรุปผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 500)		จำนวน (คน)	ร้อยละ	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 500)		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	258	51.60	คุณลักษณะที่สอดคล้อง กับเครื่องคัมก้าแฟตรา มีงมิตร (สามารถตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	เป็นมิตร /	70.60	70.60
	หญิง	242	48.40		เป็นตัวเอง	32.40	32.40
	รวม	500	100.00		สร้างสรรค์	29.80	29.80
อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	198	39.60		รักอิสระ	27.60	27.60
	25 ถึง 35 ปี	179	35.80		เรียบง่าย	20.80	20.80
	36 ถึง 45 ปี	74	14.80		ร่าเริง / สดใส	18.20	18.20
	46 ถึง 55 ปี	35	7.00		อินเทรนด์	17.60	17.60
	55 ปี ขึ้นไป	14	2.80		อุทิศตน	8.80	8.80
	รวม	500	100.00		หรรษา	6.60	6.60
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	100	20.00	ช่องทางการรับรู้โฆษณา เครื่องคัมก้าแฟตรา มีงมิตร (สามารถตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	การแนะนำ	366	73.20
	พนักงานบริษัท	166	33.20		จากบุคคลอื่น		
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	124	24.80		ป้ายหน้าร้าน	261	52.20
	พนักงานราชการ	43	8.60		อินเทอร์เน็ต	58	11.60
	รับราชการ	35	7.00				
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	6.40				
	รวม	500	100.00				
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 5,000 บาท	130	26.00				
	ถึง 10,000 บาท						
	10,001 ถึง 15,000 บาท	128	25.60				
	15,001 ถึง 20,000 บาท	98	19.60				
	20,001 ถึง 25,000 บาท	144	28.80				
	ขึ้นไป						
	รวม	500	100.00				

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้นก่อนทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากกรอบความคิดในการวิจัยที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งผู้วิจัยจากการทบทวนเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แล้วนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง รายละเอียดดังนี้

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรสังเกตได้แต่ละคู่มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ระหว่าง 0.47 ถึง 0.79 แสดงให้เห็นว่าลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ทั้งนี้ผลการตรวจสอบพบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.18 ถึง 0.42 และค่า VFI อยู่ระหว่าง 2.41 ถึง 5.47 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ร่วมพหุเชิงเส้นตรง

5.2.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

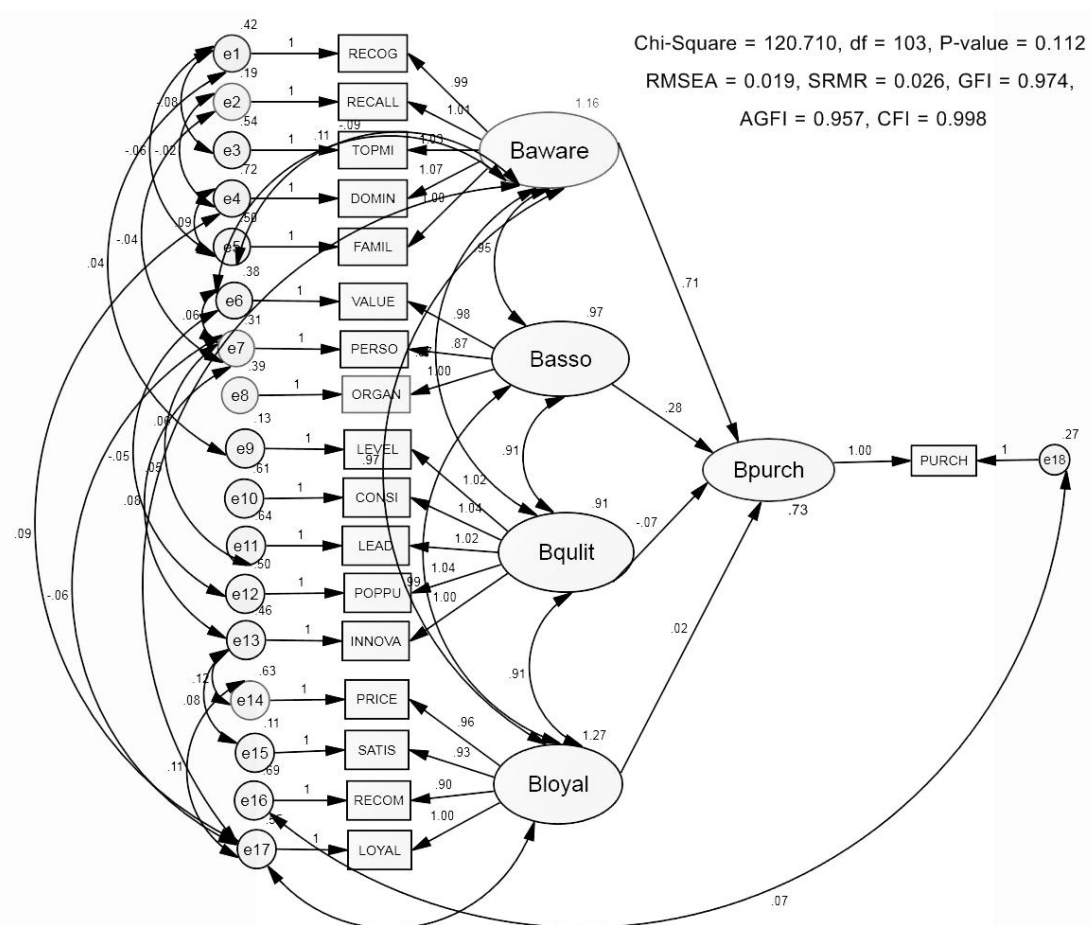
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ตัวแปรที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็นตัวแปรแฝง 5 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ 18 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.764 ถึง 0.972

5.3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องสำอางร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังกร

ผลจากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสมมติฐาน และการปรับความสอดคล้องของแบบจำลอง (Goodness-of-fit measures) พบว่า องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าด้านการรู้จักตราสินค้า (H_1) และด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า (H_2) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องสำอางร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 120.710 ค่าองศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 103 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-value) มีค่าเท่ากับ 0.112 ค่ารากกำลังสองของเศษเหลือเฉลี่ย (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.019 ค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือ (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.026 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.974 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.957 และค่าดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.998 โดยตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องสำอางร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังกรได้ร้อยละ 73

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย		ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	การแปรผล
(H_1) Baware	→ Bpurch	0.71	ยอมรับ
(H_2) Basso	→ Bpurch	0.28	ยอมรับ
(H_3) Bqualit	→ Bpurch	-0.07	ปฏิเสธ
(H_4) Bloyal	→ Bpurch	0.02	ปฏิเสธ



ภาพที่ 2 แสดงโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ สินค้าเครื่องดื่มร้านกาแฟท้องถิ่นตรามังกร

6. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากนักวิจัย และนักวิชาการในต่างประเทศจำนวนมาก ทั้งยังมีการทำวิจัยในประเด็นนี้อย่างต่อเนื่อง (Atilgan, Aksoy and Akinci, 2005) สำหรับการศึกษาในประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยยังไม่พบว่ามี การศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในธุรกิจร้าน กาแฟสดระดับท้องถิ่นในประเทศไทย จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ด้านการรู้จักตราสินค้า และด้านความเชื่อมโยง ต่อตราสินค้าที่มีอิทธิพลตรงต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มกาแฟตรามังกร ผลการศึกษานี้ไม่ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Jalivand, Samiei and Mahdavinia (2011) ที่ทำการศึกษา องค์ประกอบคุณค่าตรา สินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าประเภทยานยนต์ ในประเทศตุรกี พบว่า มี องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้า 4 องค์ประกอบ คือ ด้านการรู้จักตราสินค้า ด้านความเชื่อมโยง ต่อตราสินค้า ด้านการรับรู้คุณภาพของตราสินค้า และด้านความภักดีต่อตราสินค้าที่มีอิทธิพลตรงต่อความตั้งใจ ซื้อของลูกค้า ทั้งนี้อาจเกิดจากความแตกต่างของบริบททางธุรกิจ และอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ซึ่ง อุตสาหกรรมธุรกิจร้านกาแฟสดในประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ที่ธุรกิจร้านกาแฟสดมีการเติบโต

อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2548 อีกทั้งตราสินค้าที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาเป็นตราสินค้าท้องถิ่นที่เริ่มดำเนินธุรกิจไม่เกิน 7 ปี

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ผลจากการทดสอบโมเดลสมการ โครงสร้างสมมติฐาน อิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้ำที่มีต่อความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มน้ำในร้านกาแฟท้องถิ่นตราสินค้ามีผลจากการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jalivand, Samiei and Mahdavinia (2011) อาจเป็นสาเหตุจากความแตกต่างของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในแต่ละประเทศ ระยะเวลาที่ตราสินค้าเข้าสู่ตลาด และระดับความเกี่ยวพันของสินค้าที่เลือกศึกษา โดยตราสินค้าที่เลือกศึกษาครั้งนี้เป็นประเภทความเกี่ยวพันของสินค้าในระดับต่ำ (Low Involvement Product)

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

7.1.1 การศึกษาครั้งนี้พบว่าด้านการรู้จักตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อตราสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการเร่งสร้างการรู้จักตราสินค้าให้กลุ่มลูกค้ำเดิมเพื่อเสริมสร้างการจดจำ และการได้ยินชื่อตราสินค้ามีมิตรมากขึ้น รวมถึงสร้างการรู้จักของตราสินค้ามีมิตรให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เพื่อสร้างความคุ้นเคยในตราสินค้า โดยใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟตราสินค้ามีมิตรรวมถึงใช้กลยุทธ์การแนะนำบอกต่อของลูกค้ำกลุ่มเดิมให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มการรู้จักในตราสินค้าให้กับลูกค้ำรายใหม่ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่น ๆ อาทิ การจัดกิจกรรมสนับสนุนการขายโดยจัดทำคูปอง และการเป็นผู้สนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อย้าเตือนชื่อของตราสินค้าให้กับลูกค้ำ สิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้ำสามารถจดจำตราสินค้ามีมิตรได้ ทั้งนี้การจดจำตราสินค้าของลูกค้ำจะช่วยส่งเสริมให้ตราสินค้ามีความแข็งแกร่ง ให้ลูกค้ำเกิดการยอมรับในตราสินค้าจนนำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มน้ำกาแฟท้องถิ่นตราสินค้ามีมิตรในครั้งต่อไป และลูกค้ำจะนึกถึงเครื่องดื่มน้ำกาแฟตราสินค้ามีมิตรเพียงตราเดียว

7.1.2 สำหรับองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้านั้น ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นความคุ้มค่าของเครื่องดื่มน้ำกับเงินที่จ่ายของลูกค้ำ และควรสร้างคุณค่าของตราสินค้ามีมิตรให้มากกว่าตราสินค้าอื่น รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ และบุคลิกภาพของตราสินค้ามีมิตรให้ชัดเจน และโดดเด่น โดยผู้ประกอบการควรดำเนินการบริหารลูกค้ำสัมพันธ์เข้ามาช่วยการดำเนินธุรกิจ อาทิ การสร้างเรื่องราว (Story Telling) ให้กับสินค้าเครื่องดื่มน้ำกาแฟ โดยสื่อสารไปยังลูกค้ำถึงที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ทั้งที่มาของเมล็ดกาแฟ วิธีการคั่วเมล็ดกาแฟ และวิธีการชง เพื่อให้ลูกค้ำทราบถึงคุณลักษณะของเครื่องดื่มน้ำกาแฟตราสินค้ามีมิตร และคุณประโยชน์เครื่องดื่มน้ำกาแฟที่ได้รับ เป็นต้น

7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารุ่นต่อไป

7.3.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้ำที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มน้ำกาแฟสดในระดับตราสินค้าท้องถิ่น และตราสินค้านานาชาติ

7.3.2 ควรมีการศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้ำที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในระเบียบวิธีวิจัยแบบอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากมุมมองของลูกค้ำ และเพื่อให้ผลการวิจัยทางด้านองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้ามีความครอบคลุม และชัดเจนมากขึ้น อาทิ การวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจากลูกค้ำ เป็นต้น

8. รายการอ้างอิง

- พรณิภา เจริญสุข. 2549. “บทบาทของคุณค่าตราสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครของร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และบ้านไร่กาแฟ.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พาโชค รุจิวัฒน์. ผู้จัดการร้านกาแฟมิ่งมิตร. 2555. สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน.
- ยุพาวดี นุริมสิทธิพงษ์. 2549. “พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มกาแฟสดนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ.
- วีระศักดิ์ รอดสุวรรณ. 2554. “การเปรียบเทียบมูลค่าตราสินค้ากาแฟสตาร์บัคส์ และกาแฟวาปีในอำเภอเมืองเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีรวรรณ สุทิน. 2551. “อิทธิพลของจิตลักษณะและสถานการณ์ในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสอนอย่างมีประสิทธิภาพของอาจารย์สาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์”. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Aaker, D.A. 1991. **Managing Brand Equity: Capitalization the Value of a Brand Name**. New York: Free Press.
- Aaker, D.A.. 1996. **Building Strong Brand**. New York: the free Press.
- Atilgan, E., Aksoy, S. and Akinci, S. 2005. “Determinants of the brand equity: a verification approach in the beverage industry in Turkey.” **Marketing Intelligence and planning**; 23, 2/3. 237-248.
- Chang, Che Wen. 2008. “A Study on Online Purchase Behaviour Investigating Social Meaning of Online Purchase in Taiwan”. Dissertation. University of Nottingham.
- Chen, C.F., Tseng, W. S. 2010. “Exploring Customer-based brand Airline brand equity: Evidence from Taiwan”. **Transportation Journal, Winter**. Vol. 49 Issue 1, p24-34.
- Davis, D. F., Golcic, S. L and Marquardt, A. 2009. “Measuring brand equity for logistics services”. **The International Journal of Logistics Management**. Vol. 20, No. 2: 201-212.
- Hair, Joseph F. Jr., Black, William C., Babin, Barry J. and Anderson, Rolph E. 2010. **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective**. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, USA. Seventh Edition.
- Helander, M.G. and Khalid, H.M. 2000. “Modeling the customer in electronic commerce”, **Applied Ergonomics**. 31(6): 609-619.
- Jalivand, M.R., Samiei, N. and Mahdavinia, S. H. 2011. “The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention : An Application of Aaker’s Model in the Automobile Industry”. **International Business and Management**. Vol. 2, No. 2. 2011, pp. 149-158.
- Kapferer, J. N. 1997. **Strategic Brand Management: Creation and sustaining brand equity long term**. (2 nd ed.). London: Kogan Page Limited

Keller, Kevin Lane. 1993. "Conceptualizing, Measuring, & Managing Customer-Based Brand Equity".

Journal of Marketing. January, 57 : 1-22.

Keller, Kevin Lane. 2001. "Building customer-based brand equity". **Marketing Management**, 10(2), 14- 20

Kim, S. and Pysarchik, D.T. 2000. "Predicting purchase intentions for uni-national and Binational products."

International Journal of Retail & Distribution Management 28,6: 280-292.

Lee., G. C., Leh., F. C. Yew. 2011. Dimensions of Customer-Based Brand Equity: A Study on Malaysian

Brands. **Journal of Marketing Research and Case Studies**.

Malhotra, N.K. (2010). **Marketing Research: An Applied Orientation**. (Sixth Edition). Pearson Education.

Inc., Upper Saddle River.

Pappu, R., Quester, P. G. and Cooksey, R. W. 2006. "Consumer-based brand equity; improving the

measurement –empirical evidence". **The Journal of product and brand management**; 24. 143-154.

Peter, P. J. & Olson, J. C. 2008. **Consumer Behavior and Marketing Strategy**. (8 th ed.). New York:

McGraw-Hill.

Simon, C. J. and Sullivan, M. W. 1993. "The Measurement and Determinant of Brand equity: A Finance

Approach". **Marketing Science**, 12, 1 (Winter): 25-52.

Tong X. and Hawley T.,M. 2009a. "Creating brand equity in the Chinese clothing market: the Effect of selected

marketing activities on brand equity dimensions". **Journal of Fashion Marketing and Management**.

13: 566-581.

Tong X. and Hawley T.,M. 2009b. "Measuring customer – based brand equity: empirical evidence from the

sportswear market in china". **Journal of Product and Brand Management**. April, 18 : 262 – 271.

Washburn, J and Plank, R. E. 2002. "Measuring Brand equity: an Evaluation of a Consumer-Based Brand

Equity Scale". **Journal of Marketing Theory and Practice**; Winter; 10. 46-62.

Xu, Yueying. 2009. "Examining The Effects of Bundling Strategies on Traveler's Value Perception and

Purchase Intention of a Vacation Package". Dissertation. University of Virginia.

Yoo, B., Donthu, N. and Lee, S. 2000. "An Examination of Selected marketing Mix Elements and brand

Equity". **Academy of Marketing Science**. Journal; Spring; 28. 198-211.

Yoo, B. and Donthu, N. 2001. "Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity

Scale". **Journal of business Research**, 25; 1-14.

**การรับรู้นวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุง
ผิวหน้าจากร้านค้าเฉพาะอย่างด้านสุขภาพและความงาม**
**INNOVATIONS IN SHOPPER MARKETING PERCEPTION & BUYING
DECISION PROCESS OF SKIN CARE PRODUCTS SHOPPERS
FROM SPECIALTY STORES**

ชาริยา ไชยานุพัทธ์

นิสิตโครงการบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: goobby2@hotmail.com

ดร.ธงชัย ศรีวรรณะ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: fbustcs@ku.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้นวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อ 2) กระบวนการตัดสินใจซื้อ และ 3) นวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากการสำรวจผู้ซื้อจำนวน 400 คน จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมานใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ซื้อมีการรับรู้ต่อนวัตกรรมในกิจกรรมดิจิทัล นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง นวัตกรรมการออกแบบและบรรยากาศในร้าน นวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน นวัตกรรมตัวชี้วัดการตลาด ผู้ซื้อ นวัตกรรมองค์กรการตลาดผู้ซื้อ และนวัตกรรมความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอนในระดับมาก ส่วนอิทธิพลของนวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ พบว่า นวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจ แต่ไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อการประเมินหลังการซื้อ โดยนวัตกรรมการตลาดหลายช่องทางมีอิทธิพลมากที่สุดต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนการรับรู้ปัญหาและการค้นหาข้อมูล ส่วนนวัตกรรมความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกมีอิทธิพลมากที่สุดต่อขั้นตอนการประเมินทางเลือก และ นวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้านมีอิทธิพลมากที่สุดต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

คำสำคัญ: นวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ผลิต ผู้ค้าปลีก

ABSTRACT

This thesis aimed to study innovations in shopper marketing perception, buying decision process and the influences of innovations in shopper marketing toward the buying decision process of skin care products shoppers. The study was conducted using quantitative research method. The researchers have collected data using a questionnaire survey of 400 shoppers. Later, data were analyzed using descriptive statistics and tested the research questions using multiple regression analysis.

The results indicated that the shoppers perceived innovations in digital activities, innovations in multichannel marketing, innovations in store atmospherics and design, innovations in-store merchandising, innovations in shopper marketing metrics, innovations in shopper marketing organization and innovations in manufacturer-retailer collaboration at high levels. They evaluate the importance of all steps in buying decision process at high levels. The results of research questions are that innovations in shopper marketing have an influence on problem recognition, information search, evaluation of alternatives and decision implementation but not post-purchase evaluation. Furthermore, innovations in multichannel marketing provide the highest impact toward buying decision process in steps of problem recognition and information search where as innovations in manufacturer-retailer collaboration was the most influential factor impacting evaluation of alternatives. Last, innovations in in-store merchandising were the most influential factor impacting decision implementation.

KEYWORDS: Innovations in shopper marketing, buying decision process, shoppers, manufacturers, retailers

บทนำ

จากการแข่งขันอย่างรุนแรงของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าในท้องตลาด ส่งผลให้ร้านค้าแต่ละแห่งเต็มไปด้วยสินค้าและข้อมูลข่าวสารมากมายเพื่อจะดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคมีความซับซ้อนและมีสิทธิ์เปลี่ยนใจได้เสมอ การตลาดผู้บริโภค (Shopper Marketing) จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำตลาดเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในฐานะผู้ซื้อผ่านช่องทางจำหน่ายต่างๆ ในทุกขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อ ไม่ใช่แค่การผลักดันให้เกิดความต้องการซื้อ แต่เป็นการพิจารณาให้ครบทั้งกระบวนการซื้อ ทั้งก่อนซื้อ ระหว่างการตัดสินใจซื้อและหลังจากการซื้อว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อ โดยนวัตกรรมใหม่ๆ จะช่วยสนับสนุนและขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดผู้บริโภคให้บรรลุผลสำเร็จ ทั้งนี้ผู้ผลิตสินค้าจำเป็นต้องร่วมมือกับผู้ค้าปลีกอย่างใกล้ชิดในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในแง่ของยอดขายและการสร้างคุณค่าตราสินค้ามากกว่าการวางจำหน่ายสินค้าเพียงอย่างเดียว ซึ่งหากพิจารณาร้านค้าปลีกที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าพบว่า ธุรกิจค้าปลีกสินค้าความงามของไทยมีทิศทางเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีการนำเอากลยุทธ์การตลาดและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการดำเนินงานมากขึ้น เห็นได้จากการใช้สื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ เฟสบุ๊ค อีเมลที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังคงใช้ช่องทางแบบเก่า ได้แก่ โบรชัวร์ นิตยสาร โปสเตอร์ในการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่วนภายในร้านก็มีการปรับปรุงภาพลักษณ์ ออกแบบตกแต่งร้านให้มีความทันสมัยและน่าดึงดูดใจลูกค้าอยู่เสมอ รวมทั้งนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่นอุปกรณ์ตรวจ

สภาพผิวมาไว้ในร้าน และมีพนักงานขาย เกสเซอร์คอยให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ประกอบกับการเก็บข้อมูลลูกค้าผ่านบัตรสมาชิก ซึ่งช่วยให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรม การซื้อของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น จากที่กล่าวนี้เป็นที่มาของการศึกษานวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าจากร้านค้าเฉพาะอย่างด้านสุขภาพและความงาม และหวังว่าผลจากการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตสินค้าและร้านค้าปลีก ในการนำผลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ซื้อ

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดนวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อ

ความหมายของการตลาดผู้ซื้อ (Shopper Marketing) หมายถึง การวางแผนและการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมดซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อ เริ่มจากกระตุ้นให้เกิดการรู้จักสินค้า จนกระทั่งมีการซื้อ, การบริโภค, การซื้อซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ (Shankar et al., 2011) ส่วนนวัตกรรม เป็นเรื่องของการนำความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้ได้สิ่งใหม่หรือกระบวนการใหม่ (Schilling, 2008) สรุปได้ว่านวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อคือการคิดค้นนวัตกรรมใหม่เพื่อพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ ในการตอบสนองต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ Shankar et al. (2011) ได้อธิบายถึง นวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อ 7 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ 1) นวัตกรรมในกิจกรรมดิจิทัล แนวโน้มของสื่อดิจิทัลที่ใช้ในปัจจุบัน ได้แก่ สื่อออนไลน์และการค้นหาข้อมูล โทรศัพท์เคลื่อนที่ และวิดีโอ เป็นต้น 2) นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง เป็นการนำเสนอช่องทางและจุดสัมผัสสินค้าที่หลากหลายแก่ผู้ซื้อ 3) นวัตกรรมการออกแบบและบรรยากาศภายในร้าน เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมในการซื้อให้เหมาะสมกับความต้องการเพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจและดึงดูดให้เข้ามาใช้บริการ 4) นวัตกรรมการจำหน่ายสินค้าในร้าน เน้นสื่อสารการตลาดภายในร้านอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อุปกรณ์หรือสื่อภายในร้าน การจัดแสดงสินค้าและเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ 5) นวัตกรรมตัวชี้วัดการตลาดผู้ซื้อ การวัดผลทั้งในด้านยอดขาย และพฤติกรรมในกระบวนการตัดสินใจซื้อที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการองค์ประกอบต่างๆ ภายในร้าน 6) นวัตกรรมองค์กรการตลาดผู้ซื้อ คือหน่วยงานของผู้ผลิตที่ดูแลทั้งในด้านการขาย ความต้องการของผู้ซื้อ การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย และ 7) นวัตกรรมความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก โดยผู้ผลิตจะต้องปรับเปลี่ยนกิจกรรมการตลาดผู้ซื้อให้เหมาะสมกับร้านค้าปลีกแต่ละแห่งอันนำมาซึ่งความสำเร็จแก่ทั้งสองฝ่าย

2. ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจจะข้ามหรือย้อนกลับไปเริ่มต้นขั้นตอนก่อนนี้ก็ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ (ศิริวรรณและคณะ, 2546)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อของผู้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
3. เพื่อศึกษานวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

วิธีการดำเนินวิจัย

1. วิธีการเก็บข้อมูล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีจากเอกสารงานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี บทความทางวิชาการ และวิทยานิพนธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนข้อมูลปฐมภูมิใช้วิธีการสำรวจจากแบบสอบถาม ประชากรคือ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าจากร้านค้าเฉพาะอย่างด้านสุขภาพและความงามในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างสามารถใช้สูตรคำนวณได้ทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยเริ่มจากสุ่มตามพื้นที่ จากนั้นใช้วิธีสุ่มแบบมีสัดส่วน แล้วกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล และสุดท้ายใช้การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

สรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา อายุระหว่าง 21-25 ปีมากที่สุด รองลงมาคือ 26-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5000-15000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือ 15001-25000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยนวัตกรรมการตลาดผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลนวัตกรรมการตลาดผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

นวัตกรรมการตลาดผู้ซื้อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการรับรู้
นวัตกรรมการบริการลูกค้า	3.69	0.65	มาก
นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง	3.78	0.60	มาก
นวัตกรรมการออกแบบและบรรจุภัณฑ์	3.72	0.67	มาก
นวัตกรรมการจัดจำหน่ายภายในร้าน	3.73	0.62	มาก
นวัตกรรมการจัดซื้อสินค้า	3.69	0.58	มาก
นวัตกรรมการจัดการตลาดผู้ซื้อ	3.54	0.70	มาก
นวัตกรรมการร่วมมือระหว่างผู้ผลิตฯ	3.79	0.59	มาก
ภาพรวมนวัตกรรมการตลาดผู้ซื้อ	3.71	0.47	มาก

จากตาราง 1 ผลการวิจัย พบว่า ผู้ซื้อที่มีการรับรู้ต่อนวัตกรรมการตลาดผู้ซื้อภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีการรับรู้ต่อนวัตกรรมทุกด้านในระดับมากทั้งหมดเช่นกัน

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า แสดงในตารางที่ 2

ตาราง 2 สรุปผลกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
การรับรู้ปัญหา	3.84	0.56	มาก
การค้นหาข้อมูล	3.76	0.54	มาก
การประเมินทางเลือก	4.16	0.53	มาก
การตัดสินใจซื้อ	3.68	0.58	มาก
การประเมินผลหลังการซื้อ	3.97	0.48	มาก
ภาพรวมกระบวนการตัดสินใจซื้อ	3.88	0.38	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อภาพรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอนในระดับมากเช่นกัน

ผลการทดสอบอิทธิพลของนวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า แสดงในตาราง 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบอิทธิพลของนวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

นวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อ	รับรู้ปัญหา	ค้นหาข้อมูล	ประเมินทางเลือก	ตัดสินใจซื้อ	ประเมินหลังการซื้อ
	B (S.D.)	B (S.D.)	B (S.D.)	B (S.D.)	B (S.D.)
นวัตกรรมในกิจกรรมดิจิทัล	0.090 (0.047)	0.052 (0.044)	-0.023 (0.048)	0.119* (0.048)	0.084 (0.043)
นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง	0.226* (0.056)	0.221* (0.053)	0.195* (0.058)	0.191* (0.058)	0.045 (0.052)
นวัตกรรมการออกแบบและบรรจุภัณฑ์ในร้าน	-0.044 (0.047)	-0.027 (0.044)	-0.046 (0.048)	-0.048 (0.049)	0.005 (0.043)
นวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน	0.138* (0.055)	0.121* (0.052)	0.097 (0.056)	0.217* (0.057)	0.097 (0.051)
นวัตกรรมตัวชี้วัดการตลาดผู้ซื้อ	0.049 (0.060)	0.082 (0.056)	0.109 (0.062)	0.080 (0.062)	0.075 (0.055)
นวัตกรรมองค์กรการตลาดผู้ซื้อ	-0.018 (0.046)	0.128* (0.043)	-0.146* (0.047)	-0.008 (0.048)	0.040 (0.043)
นวัตกรรมความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก	0.196* (0.054)	0.086 (0.050)	0.201* (0.055)	0.080 (0.056)	0.091 (0.049)
R ²	28.60	33.40	15.30	26.80	16.60

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05

จากตาราง 3 พบว่า มีนวัตกรรม 3 ด้านที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ปัญหาอย่างมีนัยสำคัญ โดยนวัตกรรมที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง รองลงมาคือ นวัตกรรมความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก และนวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน ตามลำดับ ส่วนการค้นหาข้อมูล พบว่า มี 3 ด้านที่มีอิทธิพล

อย่างมีนัยสำคัญ โดยนวัตกรรมการตลาดหลายช่องทางมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ นวัตกรรมองค์กร การตลาดผู้ซื้อ และนวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน ตามลำดับ ส่วนการประเมินทางเลือก พบว่า มี 3 ด้านที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ โดยนวัตกรรมการร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง และ นวัตกรรมองค์กรการตลาดผู้ซื้อ ตามลำดับ ส่วนการตัดสินใจซื้อ พบว่า มี 3 ด้านที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ โดยนวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้านมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง และนวัตกรรมในกิจกรรมดิจิทัล ตามลำดับ แต่ขั้นตอนการประเมินหลังการซื้อ ไม่สามารถสรุปได้ว่านวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการประเมินหลังการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผล

1. ด้านนวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อ พบว่า ผู้ซื้อที่มีระดับการรับรู้นวัตกรรมความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกมากที่สุด รองลงมาคือ นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง นวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน ตามลำดับ ซึ่ง Shankar et.al. (2011) อธิบายว่า การตลาดผู้ซื้อจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก ทั้งนี้การตลาดผู้ซื้อจะต้องปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับผู้ซื้อในร้านค้าปลีกเป็นหลัก โดยการสร้างความแตกต่าง เสนอประสบการณ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม นำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องและชัดเจนแก่ผู้ซื้อ ซึ่งผลจากการดำเนินงานนี้ทำให้ผู้ซื้อเห็นความแตกต่างของตราสินค้าและร้านค้าปลีกได้ชัดเจน

2. ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญกับการประเมินทางเลือกมากที่สุด รองลงมาคือ การประเมินหลังการซื้อ การรับรู้ปัญหา และการค้นหาข้อมูลตามลำดับ ส่วนขั้นตอนที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือการตัดสินใจซื้อ แสดงให้เห็นว่า ผลลัพธ์บำรุงผิวหน้าเป็นสินค้าที่มีความสำคัญและผู้ซื้อได้ใช้ความพยายามในแต่ละขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผลการวิจัยของ Deputato and Ressimyer (2009) ชี้ให้เห็นว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่คิดว่าผลลัพธ์บำรุงผิวหน้าเป็นสินค้าจำเป็นและตัดสินใจซื้อจากที่บ้าน นอกจากนี้การที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อการประเมินทางเลือกมากที่สุด เนื่องจาก ผู้ซื้อแต่ละคนมองหาลักษณะเฉพาะของข้อพิจารณาในการตอบสนองความต้องการ (สุภาพรณ พณิก, 2548)

3. นวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ปัญหามากที่สุดคือ นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง รองลงมาคือ นวัตกรรมความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก และนวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารการตลาดหลายช่องทาง ทำให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น และส่งผลต่อความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Lamb et al. (2004) ที่กล่าวว่าเครื่องมือการตลาดจะสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่าตนมีปัญหและเสนอวิธีแก้ไขด้วยการใช้สินค้าที่จะตอบสนองความพึงพอใจ นอกจากนี้ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกก็มีอิทธิพลเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า ความร่วมมือกันในการสร้างความแตกต่าง และสร้างคุณค่าตราสินค้าก่อให้เกิดความจงรักภักดีผลที่ตามมาคือเมื่อตราสินค้านั้นมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมา ผู้ซื้อก็จะเกิดความสนใจ และเชื่อว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของตราสินค้านั้นน่าจะมีคุณภาพดีเช่นกัน ส่วนด้านนวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้านนั้น Khuller (2011) ได้กล่าวว่า การเลือกซื้อสิ่งต่างๆภายในร้านจะต้องเลือกข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้ซื้อ สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นการพิจารณาสินค้ามากขึ้น

4. นวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการค้นหาข้อมูลมากที่สุด คือ นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง รองลงมาคือ นวัตกรรมองค์กรการตลาดผู้ซื้อ และนวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน แสดงให้เห็นว่า ผู้ซื้อหาข้อมูล

ก่อนซื้อจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kokoi (2011) ซึ่งพบว่า ครึ่งหนึ่งของผู้ซื้อหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของผู้ผลิต รองลงมาคือสอบถามข้อมูลจากพนักงานขายที่ร้าน นอกจากนี้พบว่า องค์การการตลาดผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการค้นหาข้อมูล แสดงให้เห็นว่าเมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือตราสินค้าที่ไม่เคยซื้อมาก่อน ผู้ซื้อจะหาข้อมูลจากคนที่รู้จักสินค้าหรือเคยใช้มาก่อน ซึ่งพนักงานขายจะเป็นคนให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยองค์การการตลาดผู้ซื้อเป็นหน่วยงานที่จะกำหนดวิธีการสร้างอิทธิพลและทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ซื้อ โดยพนักงานขายจะทำความเข้าใจและเรียนรู้ข้อมูลของสินค้าที่ต้องขายมากขึ้น ส่วนนวัตกรรมการจัดจำหน่าย มีผลต่อการค้นหาข้อมูลโดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์/ป้ายโฆษณาสินค้า ช่วยให้ผู้ซื้อหาข้อมูลของสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Khuller (2011) ซึ่งอธิบายว่า บางครั้งผู้ซื้อไม่ได้ใช้เหตุผลในการซื้อเสมอไป บรรจุกิจภัณฑ์จำเป็นต้องแสดงให้เห็นเป็นรูปเป็นร่างชัดเจน หรือนำเสนอลักษณะสำคัญของตราสินค้า

5. นวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกมากที่สุด คือ นวัตกรรมความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก รองลงมาคือ นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง และ นวัตกรรมองค์การการตลาดผู้ซื้อ แสดงให้เห็นว่า ความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพช่วยสร้างความแตกต่าง ส่งเสริมความจงรักภักดีและมีส่วนสำคัญต่อการประเมินทางเลือก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Egoi and Landry (2009) ที่พบว่า ปัจจัยภายนอกร้านที่ส่งผลต่อการเลือกตราสินค้ามากที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อตราสินค้า นอกจากนี้การตลาดหลายช่องทางก็มีผลต่อการประเมินทางเลือก โดยผู้ซื้อได้รับข้อมูลและการส่งเสริมการขายจากแหล่งต่างๆ จากนั้นจึงเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียก่อนตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ Kokoi (2011) ที่พบว่า การประเมินทางเลือก กลุ่มตัวอย่างได้ทดลองสินค้าและอ่านรีวิวผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าก่อนซื้อ ส่วนนวัตกรรมองค์การการตลาดผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกในทิศทางตรงกันข้าม อธิบายได้ว่า เมื่อผู้ซื้อที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเพียงพอ การประเมินทางเลือกอาจใช้ความรู้สึกทัศนคติหรือพิจารณาจากคุณประโยชน์ และเลือกตราสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ดีที่สุด (สุภารักษ์ พลนิกร, 2548) ซึ่งหากพนักงานของตราสินค้าอื่นเสนอการขายหรือกล่าวอ้างสรรพคุณสินค้าเกินจริง อาจทำให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกในแง่ลบได้

6. นวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ นวัตกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน รองลงมาคือ นวัตกรรมการตลาดหลายช่องทาง และนวัตกรรมในกิจกรรมดิจิทัล แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารการตลาดภายในร้านมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ Egoi and Landry (2009) ที่พบว่า ผู้ซื้อสินค้าสุขภาพและความงามซื้อต่างจากรายการที่กำหนดไว้มากที่สุด และแม้ว่าราคาจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกตราสินค้า แต่บรรจุกิจภัณฑ์และการจัดแสดงสินค้าก็ส่งผลต่อการเลือกตราสินค้าและตัดสินใจซื้อเช่นกัน จากผลวิจัยยังพบว่าการตลาดหลายช่องทางมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดย Shankar et.al. (2011) อธิบายว่า ผู้ซื้อซึ่งซื้อสินค้าจากช่องทางหนึ่งอาจได้รับการส่งเสริมการตลาดจากช่องทางอื่น ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดในช่องทางที่เหมาะสมแก่ผู้ซื้อจะช่วยเพิ่มความเป็นไปได้ที่จะกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ส่วนด้านนวัตกรรมในกิจกรรมดิจิทัล Fowler (2010) กล่าวว่า การส่งอีเมลล์และข้อความผ่านโทรศัพท์เป็นการเตือนความจำ ผู้ค้าปลีกสามารถใช้ช่องทางดิจิทัลเพื่อโฆษณาสินค้าใหม่หรือสินค้าที่มีข้อเสนอพิเศษ ซึ่งช่วยกระตุ้นการตัดสินใจหรือดึงดูดให้ลูกค้าไปร้านมากขึ้นได้

7. การประเมินหลังการซื้อ ไม่สามารถสรุปได้ว่ามีนวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อใดที่มีอิทธิพลต่อการประเมินหลังการซื้อ อธิบายได้ว่า ผู้ซื้อจะประเมินความพอใจในผลิตภัณฑ์โดยอาศัยผลการทำหน้าที่ของ

ผลิตภัณฑ์นั้นเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งผลการวิจัยของ Ego and Landry (2009) พบว่า ปัจจัยภายนอกร้านที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้ามากที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อตราสินค้าอย่างยาวนาน ส่วนการที่ผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ได้ต่ำกว่าความคาดหวังนั้นย่อมส่งผลต่อความไม่พึงพอใจ การเลิกใช้ หรือบอกต่อในทางลบได้

ข้อเสนอแนะ

1. การตลาดหลายช่องทางมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจมากที่สุด ผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกควรนำเสนอข้อมูลสินค้า การส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมต่างๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด รวมทั้งเสนอข้อมูลที่สอดคล้องถูกต้องตรงกัน เพื่ออำนวยความสะดวก ช่วยประหยัดเวลา และดึงดูดให้ลูกค้าเข้าไปที่ร้านมากขึ้น
2. การจัดจำหน่ายสินค้าในร้าน ผู้ค้าปลีกจะต้องมีสินค้าวางจำหน่ายให้เพียงพอต่อความต้องการ และสร้างความโดดเด่นแก่สินค้าที่มีการส่งเสริมการขาย รวมทั้งจัดแสดงสินค้าให้มองเห็นได้ง่าย และน่าดึงดูดใจ
3. ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับพนักงานขายซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในองค์กรด้านการตลาดผู้ซื้อที่จะสื่อสารกับผู้ซื้อโดยตรง โดยควรเลือกพนักงานที่มีใจรักงานบริการ อารมณ์ดีและบุคลิกภาพดี และสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี เพราะนอกจากจะช่วยส่งเสริมการขายแล้วยังทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อตราสินค้านั้นอีกด้วย
4. ผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกควรร่วมมือกันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมการตลาดผู้ซื้อ โดยแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้ซื้อ ซึ่งช่วยให้ผู้ผลิตเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อ ขณะที่ผู้ค้าปลีกก็สามารถกำหนดกลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย และสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและร้านค้าปลีกแก่ผู้ซื้อ

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้เนื่องจากความกรุณาของท่านกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ธงชัย ศรีวรรณ และรศ.ชินจิตต์ แจ่มเจนกิจ ที่อุทิศเวลาให้คำปรึกษา และแนะนำแนวทาง จนทำให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจให้ตลอดมา

รายการอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2554. การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 19).

กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชรรวมสาร จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุพาดา สิริกุดตา, อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, พิมพ์ หิรัญกิตติ, เกรียงไกร ชำนาญไพศาล และชชาติ

มีจินดา. 2546. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: ชรรวมสาร.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2553. “เครื่องสำอางนำเข้าขยายตัวต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไทยเร่งปรับตัว.” มองเศรษฐกิจ.

2980 สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2555, จาก www.kasikomresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages

สุภาภรณ์ พลนิกร. 2548. พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โอเอสศึกษาภัณฑ์.

- Deputato, J. and T. Ressmeyer. 2009. "Branding the Beauty Shopper: Changing attitude & shopping behaviors create new opportunities and challenges for beauty CPG companies." Retrieved April 25, 2012, from http://www.symphonyiri.com/portals/o/articlePdfs/IRI-POV-BEAUTY_FINAL.pdf
- Egol, M., and E. Landry. 2009. "Shopper Marketing 3.0: Unleashing the Next Wave of Value." **GMA Sales Committee**. Retrieved June 1, 2011, from http://www.booz.com/global/home/what_we_think/reports_and_white_papers/ic-display/47303565
- Fowler, G. A. 2010. "Retailers reach out on cell phones: software apps lure shoppers with rewards, coupons, and product information." **The Wall Street Journal**, April 21, 2010: B6. Retrieved September 11, 2011, from <http://www.pages.drexel.edu/~cg427/docs/wsj-retailers-reach.pdf>
- Khuller, M. 2011. "Shopper Marketing: Creative Integration." **Admap**, 46 (5): 34-35.
- Kokoi, I. 2011. "Female Buying Behaviour Related to Facial Skin Care Products." Bachelor's Thesis DP in International Business, HAAGA-HELIA University of Applied Sciences.
- Lamb, C. W. et al. 2004. **Marketing**. (7th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Schilling, M. A. 2008. **Strategic Management of Technological Innovation**. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Shankar, V. et al. 2011. "Innovations in shopper marketing: current insights and future research issues." **Journal of Retailing**, 87 (3): S29-S42.

**ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจ
ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
EXPECTATION & PERCEPTION LEVEL OF SERVICE QUALITY
LEADING TO TRUST OF AIS'S SAVING
AND CREDIT COOPERATIVE MEMBERS**

กรรรา เกิดจันทร์

นิสิตโครงการบัณฑิตศึกษาด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: giantess1987@hotmail.com

ดร.ธงชัย ศรีวรรณะ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: fbustcs@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ 2) ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ 3) ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิและแบบตามสะดวก ค่าสถิติพรรณนาที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติอนุมานที่ใช้ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นพนักงานของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) มากกว่าบริษัทในเครือ มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 3 ปีขึ้นไปและบริการล่าสุดที่มาใช้คือ บริการเงินกู้สามัญ/กู้ฉุกเฉิน สมาชิกมีระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณภาพบริการต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของความคาดหวังคุณภาพบริการ มีความไว้วางใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบอิทธิพลของระดับความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ พบว่า ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกในทุกด้าน

คำสำคัญ : ความคาดหวัง การรับรู้ คุณภาพบริการ ความไว้วางใจ สหกรณ์ออมทรัพย์

ABSTRACT

This research aimed to study 1) Expectation level of service quality 2) Perception level of service quality 3) Expectation and perception levels of service quality that determine the level of trust in AIS's saving and credit cooperative members

Samples were 400 members of AIS's saving and credit cooperative members used questionnaire as a tool. Stratified random sampling and convenience sample are used. The descriptive statistical tools were percentage, arithmetic mean, and standard deviation. The inferential statistical tools were Pearson Correlation and multiple regression analysis at the 0.05 level of statistically significant.

Research results on personal factor of samples found that samples were more female than male, and were employees of Advanced Info Service PLC more than subsidiary companies. Memberships were more than 3 years and recently ordinary loan service/emergency loan service. Members had expectation and perception level of service quality in "very good" level but had service quality perception average lower than expectation level average. Members had trust level in "very good" level. Results of influent test found that expectation level and service quality perception affect trust of members in every way.

KEYWORDS: Expectation, Perception, Service Quality, Trust, Saving & Credit Cooperative

บทนำ

ในยุคที่สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างรวดเร็วส่งผลให้มีการแข่งขันทางธุรกิจสูงมากในปัจจุบัน ธุรกิจบริการจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการมากขึ้น โดยคุณภาพบริการเกิดจากการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นจากการรับรู้ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985) เนื่องจากงานบริการเป็นสินค้าที่ไม่อาจจับต้องได้, มีความไม่แน่นอน, ไม่สามารถแบ่งแยกการผลิตออกจากการบริโภคและไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ผู้ใช้บริการอาจเกิดความรู้สึกประทับใจหรือไม่ประทับใจในคุณภาพบริการที่ได้รับ ดังนั้น คุณภาพบริการที่ผู้ให้บริการมอบความประทับใจในการบริการที่ดีแก่ผู้ให้บริการจึงเกิดจากการบริการที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายหรือความคาดหวัง (ชัชวาล ทัดศิริ, 2552)

สหกรณ์ออมทรัพย์ซึ่งถือเป็นสถาบันการเงินรูปแบบหนึ่งที่มีสถานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายสหกรณ์ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่สูงมากในปัจจุบัน แต่เนื่องจากสหกรณ์ออมทรัพย์มีลักษณะแตกต่างจากสถาบันการเงินอื่นๆ ทำให้ผู้ให้บริการของสหกรณ์จะต้องเป็นสมาชิกของสหกรณ์เท่านั้น โดยสมาชิกแต่ละคนจะต้องออมรายได้ฝากไว้กับสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอในลักษณะการถือหุ้นและเงินฝากหรือหากสมาชิกประสบความเดือดร้อนเกี่ยวกับการเงินก็สามารถช่วยเหลือได้โดยการให้กู้ยืม ดังนั้นสถาบันการเงินต่างๆจึงถือเป็นธุรกิจคู่แข่งสำคัญและมีผลกระทบต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ ทำให้สมาชิกมีโอกาสในการเลือกใช้บริการมากขึ้น

สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด เป็นสหกรณ์ที่จัดตั้งโดยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) สมาชิกของสหกรณ์คือ พนักงานบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือซึ่งสหกรณ์ได้รับผลกระทบจากการแข่งขันที่สูงขึ้นปัจจุบันจึงต้องมียุทธศาสตร์และทิศทางการบริหารจัดการชัดเจน

เพื่อการเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและมั่นคง โดยสหกรณ์มีหน้าที่หลักคือ การบริการที่ทำให้สมาชิกประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายหรือความต้องการเมื่อมาใช้บริการจนเกิดความประทับใจ ถือเป็นการสร้างความไว้วางใจให้กับสหกรณ์ เนื่องจากความไว้วางใจจะถูกสร้างขึ้นเมื่อสมาชิกเกิดความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือและความสามารถของสหกรณ์ ซึ่งเป็นความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้กับสมาชิกได้อย่างถูกต้อง (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988)

จากการทำรายงานประจำปีของสหกรณ์พบว่า จำนวนสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัดมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงตลอดเวลา โดยการเปลี่ยนแปลงจำนวนสมาชิกดังกล่าวส่งผลต่อการดำเนินงานในระยะยาวของสหกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำนวนสมาชิกที่ลดลงจากการลาออกในแต่ละเดือนอาจมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัยและหนึ่งในนั้นอาจเกิดจากการรับรู้คุณภาพบริการที่ไม่ตรงตามความคาดหวัง ส่งผลให้สมาชิกไม่ประทับใจในการบริการ รวมถึงการบริหารงานและการให้บริการบางด้านของสหกรณ์อาจยังไม่ตรงตามความคาดหวังของสมาชิก เนื่องจากสหกรณ์ไม่เคยมีการวัดคุณภาพบริการมาก่อนจึงยังไม่รู้แนวทางในการบริหารจัดการให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น เพื่อเป็นการลดปัญหาการลาออกจากการเป็นสมาชิกและลดช่องว่างที่เกิดขึ้นจากความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาดังกล่าว เพื่อนำผลการศึกษากลับมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์และวางแผนการดำเนินงานและพัฒนาหรือปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

คุณภาพบริการ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้พัฒนาและทดสอบการวัดที่เรียกว่า SERVQUAL สำหรับวัด 5 มิติของคุณภาพบริการ อธิบาย ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) คือ ความสามารถในการจัดการบริการให้ถูกต้องแม่นยำ
2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) คือ ความพร้อมหรือความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและจัดให้มีการบริการลูกค้าอย่างทันที ลดการรอคอยของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรอคอยที่ไม่มีเหตุผล
3. การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ การใช้ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการและความสามารถในการทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ
4. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) คือ การจัดเตรียมดูแลหรือการให้ความสำคัญเป็นรายบุคคล ความสามารถในการเข้าถึงและเข้าใจความรู้สึกถึงความปลอดภัยของลูกค้า
5. ลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Tangibles) คือ ลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นของสิ่งอำนวยความสะดวก, อุปกรณ์, บุคคลและวัตถุดิบที่ใช้ในการสื่อสาร

ความพึงพอใจกับคุณภาพบริการสามารถกำหนดได้โดยการเปรียบเทียบการรับรู้ของคุณภาพบริการกับความคาดหวังของบริการที่ชื่นชอบ เมื่อการรับรู้จริงมากกว่าความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้ การบริการนั้นจะเป็นการรับรู้คุณภาพมาก ก่อให้เกิดความประทับใจ แต่เมื่อการรับรู้จริงไม่มากกว่าหรือน้อยกว่าความคาดหวังแสดงว่าคุณภาพบริการไม่เป็นที่ยอมรับ และเมื่อการรับรู้จริงและความคาดหวังไม่มีความแตกต่างกันแสดงว่าการบริการนั้นเป็นที่น่าพอใจแต่ยังไม่ก่อให้เกิดความประทับใจ

ความคาดหวัง เป็นทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของลูกค้าที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นจากการบริการนั้นๆ โดยลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนและประเมินผลของ

การซื้อดังกล่าว ซึ่งความต้องการนั้นเป็นสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์และเป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่หรือสภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการก็จะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการนั้นได้รับการตอบสนอง (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988)

การรับรู้ เป็นกระบวนการที่บุคคลรวบรวมและเปลี่ยนแปลงความประทับใจของตนเองจากประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อให้ความหมายกับสภาพแวดล้อมหรือสิ่งที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการรับรู้เป็นการทำงานขั้นแรกสุดของร่างกายในการติดต่อกับสภาพแวดล้อมภายนอก โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทำให้ร่างกายเรียนรู้ต่อบรรดาสิ่งเร้าต่างๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมมาแปลความหมายของสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสและเกิดความรู้สึก ระลึกหรือรู้ความหมาย (ณัฐพันธ์ เขจรันท์, 2551)

ความไว้วางใจ Mayer et al. (1995) ได้เสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจหรือลักษณะปัจจัยของผู้ที่ได้รับการไว้วางใจ 3 ปัจจัย โดยอธิบายไว้ดังนี้

1. ความสามารถ (Ability) เป็นกลุ่มของทักษะ สมรรถนะและคุณลักษณะพิเศษที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีความสามารถสูงในทักษะบางอย่าง
2. ความเมตตากรุณา (Benevolence) เป็นขอบเขตที่บุคคลได้รับการเชื่อว่าผู้ได้รับความไว้วางใจจะต้องกระทำแต่สิ่งที่ดีๆให้แก่ผู้ให้ความไว้วางใจ นอกเหนือจากการกระทำที่หวังผลตอบแทนหรือกำไร
3. ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม (Integrity) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์และความไว้วางใจที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้ให้ความไว้วางใจว่า ผู้ได้รับความไว้วางใจจะปฏิบัติตามหลักการที่ผู้ให้ความไว้วางใจสามารถยอมรับได้ว่าจะเป็นผู้ที่มีความยุติธรรมและไม่ได้มุ่งแต่แสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์
3. ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์

วิธีการดำเนินวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอ ไอเอส จำกัดจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ สมาชิกสหกรณ์ที่สังกัดอยู่ในบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และสมาชิกสหกรณ์ที่ไม่ได้สังกัดอยู่ในบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หลังจากนั้นจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ค่าสถิติพรรณนาที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2549) และค่าสถิติอนุมานที่ใช้ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2554)

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) มากกว่าบริษัทในเครือ มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 3 ปีขึ้นไปและ

บริการล่าสุดที่สมาชิกมาใช้บริการคือ บริการเงินกู้สามัญ/กู้ฉุกเฉิน

ตาราง 1 ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ

ความแตกต่างระหว่างระดับความ คาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ	ความคาดหวัง (E)	การรับรู้ (P)	(P-E)	เกณฑ์การวัด คุณภาพบริการ
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	4.29 (มากที่สุด)	3.80 (มาก)	-0.50	คุณภาพบริการที่รับรู้ได้ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้
ด้านการตอบสนองความต้องการ	4.22 (มากที่สุด)	3.79 (มาก)	-0.43	คุณภาพบริการที่รับรู้ได้ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้
ด้านการให้ความมั่นใจ	4.24 (มากที่สุด)	3.96 (มาก)	-0.28	คุณภาพบริการที่รับรู้ได้ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้
ด้านการดูแลเอาใจใส่	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)	-0.11	คุณภาพบริการที่รับรู้ได้ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	4.04 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	-0.77	คุณภาพบริการที่รับรู้ได้ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้
รวม	4.15 (มาก)	3.73 (มาก)	-0.42	คุณภาพบริการที่รับรู้ได้ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้

จากตาราง 1 พบว่าระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างกลับพบว่า ระดับความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าระดับการรับรู้ ส่งผลให้คุณภาพบริการที่รับรู้ได้ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ แสดงให้เห็นว่า การบริการยังไม่สร้างความประทับใจให้แก่สมาชิก

ตาราง 2 สรุปผลการทดสอบอิทธิพลของระดับความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ

ปัจจัย	ภาพรวม ความไว้วางใจ	ความสามารถ	ความเมตตา กรุณา	ความซื่อสัตย์ หรือการยึดหลักคุณธรรม
	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล
ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ				
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.189**(0.081)	0.200**(0.082)	0.130 (0.089)	0.239**(0.087)
การตอบสนองความต้องการ	0.165 (0.097)	0.134 (0.097)	0.242**(0.106)	0.118 (0.103)
การให้ความมั่นใจ	0.030 (0.078)	0.053 (0.078)	0.026 (0.085)	0.009 (0.080)
การดูแลเอาใจใส่	0.045 (0.095)	0.004 (0.095)	0.086 (0.103)	0.046 (0.101)
ลักษณะทางกายภาพของบริการ	-0.054 (0.060)	-0.048 (0.061)	-0.055 (0.066)	-0.058 (0.064)
R²	13.70	11.50	15.10	11.40
ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ				
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.124**(0.047)	0.131**(0.048)	0.087 (0.056)	0.154**(0.054)
การตอบสนองความต้องการ	0.286**(0.054)	0.325**(0.055)	0.349**(0.065)	0.185**(0.062)
การให้ความมั่นใจ	0.261**(0.054)	0.304**(0.055)	0.145**(0.065)	0.335**(0.062)
การดูแลเอาใจใส่	0.074 (0.053)	-0.007 (0.054)	0.182**(0.064)	0.046 (0.061)

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัย	ภาพรวม	ความสามารถ	ความเมตตา	ความซื่อสัตย์
	ความไว้วางใจ		กรุณา	หรือการยึดหลักคุณธรรม
	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล
ลักษณะทางกายภาพของบริการ	0.095**(0.031)	0.053 (0.032)	0.099**(0.037)	0.132**(0.036)
R²	66.90	64.60	60.30	59.90

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ โดยความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลสูงที่สุด จำแนกรายด้านคือ ความไว้วางใจในด้านความสามารถพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลสูงที่สุด ความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณาพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการในการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลสูงที่สุด ความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลสูงที่สุด

ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ โดยการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจและด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ จำแนกรายด้านคือ ความไว้วางใจในด้านความสามารถพบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ตามลำดับ ความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณาพบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ ความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมพบว่า ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจและด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. การศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิก เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ สราวูธ ดวงจันทร์ (2548) เรื่อง การประเมินคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด พบว่าเป็นการวัดจากมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านและมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังเช่นเดียวกัน จึงก่อให้เกิดช่องว่างที่ 5 ซึ่งเป็นสาเหตุของการบริการที่ด้อยคุณภาพหรือไม่เป็นไปตามที่ความต้องการที่เกิดจากผลต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวัง สอดคล้องกับการการศึกษาของ Parasuranam, Zeithaml and Berry (1988) ที่พบว่า คุณภาพบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ถ้าหากบริการที่จัดให้ผู้รับบริการได้รับรู้ดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังที่ตั้งไว้ บริการนั้นจะถูกจัดว่ามีคุณภาพ แต่หากบริการที่รับรู้ด้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการก็จะประเมินว่าบริการไม่ดีหรือไม่มีความคุณภาพ โดยอาจมีสาเหตุมาจากการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ด้อยคุณภาพจริง หรือการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มีคุณภาพ แต่ไม่สอดคล้อง

กับความต้องการของสมาชิก หรือการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการ ของสมาชิก แต่ไม่สูงเท่าที่สมาชิกคาดหวังไว้ เป็นต้น

2. การศึกษาความไว้วางใจ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ McInnes, Lin and Li (2007) เรื่อง ความเมตตา กรุณา, ความซื่อสัตย์และความสามารถ : มิติของความไว้วางใจในธนาคารทางอินเทอร์เน็ต มีความ สอดคล้องกันคือ 1.เป็นการศึกษาการรับรู้ในมิติความไว้วางใจ 3 ด้าน ได้แก่ ความเมตตา กรุณา, ความซื่อสัตย์ และ ความสามารถ ซึ่งทั้ง 3 ด้านจะนำไปสู่การสร้าง ความไว้วางใจในธุรกิจ โดยการจัดหาบริการในลักษณะที่ช่วยเพิ่ม การรับรู้ของผู้มาใช้บริการ เช่น การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการมากขึ้นการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ ด้านใหม่ ๆ อยู่เสมอ, การปฏิบัติตามสัญญาตามคำร้องขอของผู้มาใช้บริการตามที่ได้เคยสัญญาไว้, การดำเนินการ ด้วยความรวดเร็วและมีความถูกต้อง รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นการแสดงให้เห็น ถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ส่งผลให้ผู้มาใช้บริการเกิดความไว้วางใจ

3. ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจ พบว่า งานวิจัยของ Kim, Ferrin, and Rao (2003) เรื่อง ความไว้วางใจและความพึงพอใจ 2 ก้าวสำหรับการประสบความสำเร็จในธุรกิจ พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์: การสำรวจระยะยาว พบว่า มีสมมติฐานที่สอดคล้องกันที่แสดงถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความ ไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ เพราะเมื่อใดก็ตามที่การรับรู้ที่เกิดขึ้นเป็นลบย่อมส่งผลให้ความไว้วางใจเป็นลบ และเมื่อ การรับรู้เป็นบวกย่อมส่งผลให้ความไว้วางใจเป็นบวกด้วยเช่นกัน ดังนั้น หากสามารถรับรู้ได้ว่าปัจจัยใดที่จะ นำไปสู่ความพึงพอใจปัจจัยนั้นย่อมส่งผลให้เกิดความไว้วางใจเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผล การศึกษาของ ยุพา สุทธิศิริโรจน์ (2553) เรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีใน การให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา พบว่า ระดับความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการอยู่ใน ระดับสูง และความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของธนาคาร ซึ่งจาก การศึกษาของงานวิจัยดังกล่าวมีความแตกต่างจากการศึกษาของผู้นักศึกษาที่ศึกษาในเรื่องความไว้วางใจ แต่เมื่อนำผล การศึกษาของ Kim, Ferrin, and Rao (2003) มาเปรียบเทียบกับพบว่า ความไว้วางใจและความจงรักภักดีมีความ เชื่อมโยงซึ่งกัน เนื่องจากความไว้วางใจมีผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อความจงรักภักดี ซึ่งความจงรักภักดีของลูกค้า ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความพึงพอใจและความไว้วางใจที่ถูกกำหนดโดยคุณภาพบริการ

ข้อเสนอแนะ

1.สหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับความคาดหวังคุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ เนื่องจากในด้านดังกล่าวส่งผลต่อความไว้วางใจของสมาชิกในด้านความสามารถในการดำเนินงานของสหกรณ์ และด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยเฉพาะในเรื่องของการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน ซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกคาดหวังจากการเข้ามาใช้บริการมากที่สุดและหวังว่าการดำเนินงาน ของเจ้าหน้าที่จะเป็นไปด้วยความโปร่งใส เนื่องจากสมาชิกทุกคนมีสิทธิในการได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน

2.สหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับการรับรู้คุณภาพบริการในด้านการตอบสนองความต้องการและด้าน การให้ความมั่นใจมากที่สุด เนื่องจากทั้ง 2 ด้านมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในทุกด้าน โดยเฉพาะเรื่องของการ รวดเร็วในการให้บริการแก่สมาชิกและการอำนวยความสะดวกหรือการติดต่อประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่ สหกรณ์กับสมาชิก เพื่อให้สมาชิกที่เข้ามาใช้บริการได้รับบริการอย่างทันท่วงทีและเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

รวมถึงการเปิดโอกาสให้สมาชิกสามารถตรวจสอบการดำเนินงานของสหกรณ์ได้อย่างไม่มีข้อปิดบังตามขอบเขตที่สมาชิกพึงกระทำได้

3.สหกรณ์ควรปรับปรุงในด้านลักษณะทางกายภาพของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่สมาชิก ทั้งให้เรื่องข้อมูลบนเว็บไซต์หรือระบบออนไลน์ที่ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิกที่ควรมีความทันสมัยและง่ายต่อการเข้าใช้ เพื่อให้สมาชิกสามารถตรวจสอบรายละเอียดเบื้องต้นต่างๆ เช่น การตรวจสอบทุนเรือนหุ้นหรือวงเงินกู้สามัญ/ฉุกเฉิน ได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องเดินทางหรือโทรศัพท์สอบถามกับทางสหกรณ์ รวมทั้งควรปรับปรุงพื้นที่บริการให้มีความกว้างขวางเพียงพอ เพื่อรองรับจำนวนสมาชิกที่มามากหรือทำธุรกรรมในแต่ละครั้ง และควรมีป้ายสัญลักษณ์บอกจุดบริการสหกรณ์ที่ชัดเจนกว่าที่มีอยู่

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากความกรุณาของ ดร.ธงชัย ศรีวรรณ และ ผศ.ยุพาวรรณวรรณวณิช กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้อุทิศเวลาให้คำปรึกษา ตลอดจนผู้จัดการสหกรณ์ที่ให้ความช่วยเหลือ ในการศึกษาค้นคว้าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่มารดา นุภาพรี นูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2554. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. 2552. “คุณภาพการให้บริการภาครัฐ: ความหมาย การวัดและการประยุกต์ในระบบบริหารภาครัฐไทย.” วารสารรัฐประศาสนศาสตร์, 7, 1: 105-146.
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. 2551. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ยุพา สุทธิศิริโรจน์. 2553. “ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.” บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สราวุธ ดวงจันทร์. 2548. “การประเมินคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด.” บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- Mayer, R. C., J. H. Davis, and F. D. Schoorman. 1995. “An integrative model of organizational trust.” *Academy of Management Review*, 20, 3: 709-734.
- McInnes, K., X. Lin, and H. Li. 2007. “Benevolence, integrity and competence: dimensions of trust in internet Banking.” *Australia and New Zealand Marketing Association Conference*: 2990-2996.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry. 1985. “A conceptual model of service quality and its implications for future research.” *Journal of Marketing*: 41-50.
- _____. 1988. “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality.” *Journal of Retailing*: 12-40.

**ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**
**MARKETING MIX FACTORS AFFECTING CONSUMERS' BUYING
DECISION TOWARDS CAR ACCESSORIES IN BANGKOK.**

ปิยะพล ริมสมุทรไชย

E-mail : Piyapolmac@hotmail.com

ดร.ชุตินาถ ทองจีน

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงลักษณะกลุ่มตัวอย่างและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่กำลังเลือกซื้อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์แต่งรถจากร้านค้าที่ขายสินค้าทางด้านนี้ หรือที่ศูนย์บริการรถยนต์ทั่วไปจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่าง สติติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Multiple Regression โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด ราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate factors that affect car's accessories purchasing from population in Bangkok by studying their characteristics and marketing mixed factors. The sample consisted of people who are choosing to purchase car's supplies and accessories from cars dealers, service centers, or cars auto parts & accessories stores for the total of 400. Questionnaires were used to gather information by probability sampling. The statistical analysis included frequency, mean, standard deviation, and Multiple Regression via statistical program. The results showed that price, product, and promotion affect the decision to purchase car's accessories at the significant level of 0.05.

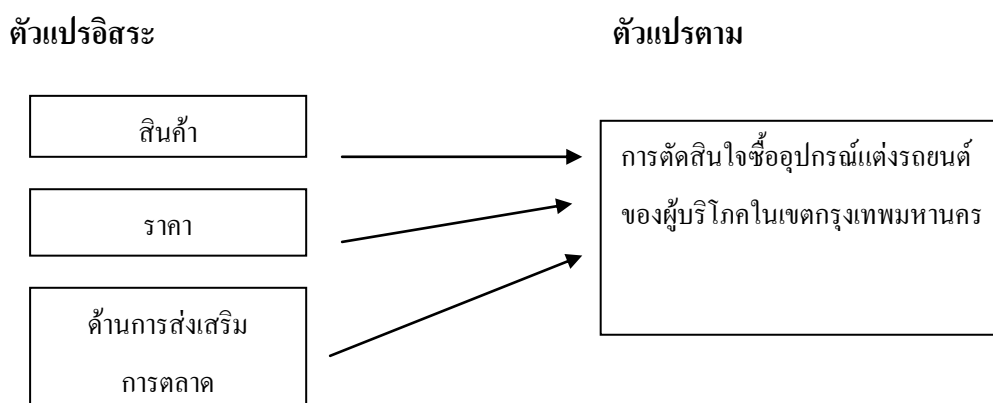
KEYWORDS: Marketing Mixes, Price, Product, Promotion, Car Accessories

บทนำ

ปัจจุบันรถยนต์เป็นยานพาหนะที่มีความสำคัญในการดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นอย่างมาก นอกจากให้ความสะดวกสบายในการเดินทาง ยังเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงฐานะและรสนิยมของผู้ขับขี่ ทำให้ตลาดรถยนต์ยังคงมีความน่าสนใจ และแข่งขันรุนแรงอย่างต่อเนื่องมากขึ้น

ในประเทศไทยตลาดอุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีการแข่งขันสูงมาก กิจกรรมที่ผลิตชุดอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยการตลาดด้านต่างๆที่มีความสำคัญต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนการตลาดและการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านการผลิตชุดอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ ผู้ดำเนินการวิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว และเล็งเห็นว่าปัจจุบันธุรกิจรถยนต์โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุดอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ มีอัตราการเจริญเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดในการที่จะได้รับข้อมูล ในการใช้เป็นแนวทางการวางแผนการตลาด และพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมการตลาดของการบริการ ประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ธีรศักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2544) สอดคล้องกับแนวคิดของรัสท์ (Rust, Roland 1996 อ้างในวิเชียร วงศ์นิษฐกุล และคณะ, 2540) ได้อธิบายแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไว้ว่า ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้และสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือสำคัญดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดๆที่นำเสนอโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ โดยผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีตัวตนจับต้องได้ เช่น สินค้า (Goods) ใน

การศึกษาครั้งนี้หมายถึงอุปกรณ์แต่งรถยนต์ หรืออาจจะไม่มีตัวตน เช่น บริการ (Services) ความคิด (Ideas) เป็นต้นผลิตภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จในตลาดจะต้องมีรูปแบบลักษณะคุณภาพ และคุณสมบัติอื่นๆ ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพราะว่าตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวแรกที่ลูกค้าจะให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง อัตราในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาด โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา หรือเป็นมูลค่าที่เป็นที่ยอมรับในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนอซึ่งราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารการตลาดอย่างมาก ซึ่งผู้บริหารจะต้องกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวะการณ์ต่างๆ คือ ต้องให้เหมาะสมกับต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ขาย ความสามารถในการซื้อของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย และสิ่งแวดล้อมต่างๆทางการตลาด

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ สร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตือนความจำ แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อ โดยการใช้พนักงานขายให้บริการทำการขาย และการติดต่อสื่อสารหรืออาจต้องมีการรับประกันผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ด้วย เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) หมายถึงกิจกรรมในการเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงิน หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยไม่ใช้บุคคล มีบทบาทคือ ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าและบริการและช่วยให้ผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างระหว่างบริการของกิจการกับบริการของคู่แข่ง

3.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจในการทดลองใช้ของลูกค้า

3.3 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ซึ่งมีส่วนในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

3.4 การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าว หมายถึงการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือความเคลื่อนไหว กิจกรรมต่างๆ ของกิจการ เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ความรู้สึกที่ดีให้กับกิจการ เช่น การให้บริการเมื่อกรณีมีปัญหาถึงแม้จะหมดระยะเวลาการรับประกัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในกิจการและผลิตภัณฑ์ของกิจการด้วย

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing or Direct Response Marketing) และการเชื่อมตลาดทางตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง ทำให้เกิดการตอบสนองในทันที

3.6 การเผยแพร่แบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจบริการ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการเผยแพร่ออกไปด้วยวิธีการนี้ เป็นไปได้ทั้งในแง่บวกและลบ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550 : 10) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือศึกษาพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค คำตอบที่ได้ช่วยให้การ ตลาดสามารถ จัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7Os คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย

- 6Ws คือ Who What Why Who When และ Where
- 1H คือ How

และคำตอบ 7 คำตอบที่ต้องการทราบเพื่อรู้จักพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย

- 7Os คือ Occupant Objects Objectives Organization Occasion Outlets และ Operation

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธัญญมาศ รุ่งศิริ (2554) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมและ แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ในอนาคตกายใต้แบรนด์ ฮาเปอร์ ของผู้บริโภคใน ประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36 – 45 ปี มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท ลูกค้าจัดให้ความสำคัญ ทางด้านส่วนประสมของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาด้านสายผลิตภัณฑ์ ด้านรายการผลิตภัณฑ์ ด้านการวาง ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ด้านตราสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าส่วนมาก ใช้อารมณ์ในการตัดสินใจแต่งรถยนต์มากกว่าเหตุผลในการเป็นแรงจูงใจ

จิรณิษฐ์ มงคลโรจน์สกุล (2553) ได้ศึกษาปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือ กลุ่มมือเตรียมสอบของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็น นักเรียนมัธยมปลายที่เรียนแผน วิทย-คณิต ทำให้มีการแข่งขันทางการเรียนสูง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักเรียนกลุ่มนี้มีความจำเป็นต้องหาวิธีการพัฒนาตนเอง โดยการซื้อหนังสือกลุ่มมือเตรียมสอบเพื่อศึกษาตัวอย่างข้อสอบและแนว ข้อสอบ ขึ้นต่อไปคือ การค้นหาข้อมูล นักเรียนมัธยมปลายใช้วิธีการหาข้อมูลโดยใช้แหล่งอ้างอิงจากการสอบถาม เพื่อน หรือการแนะนำปากต่อปากมากที่สุด และในส่วนของทางเลือกนั้น นักเรียนมัธยมปลายมีปัจจัย ในการเลือกร้านโดยดูจากร้านที่มีหนังสือให้เลือกหลากหลายชนิด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคาถูกกว่าที่อื่น และการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ด้านการขายโดยพนักงานที่สามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถามให้กับลูกค้า รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ได้แก่ การมีส่วนลดสินค้า

แคเรีย ภูพัฒน์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า นิว วีโอส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 27 - 35 ปี มีระดับ การศึกษาปริญญาตรีเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีสถานภาพโสด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อรถยนต์โตโยต้า นิว วีโอส รุ่น 1.5 E เกียร์อัตโนมัติสี่ที่นิยมที่สุด คือ สีดำและซื้อ โดยการผ่อนชำระและมักมีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ลูกค้าส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง สำหรับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า นิว วีโอส เป็นเพราะว่า เห็นประโยชน์จากการประหยัดน้ำมันและสมรรถนะของเครื่องยนต์ ความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยรวมที่มีต่อ

รถยนต์โตโยต้า นิว วีโอส อยู่ในระดับสูงและมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือบอกต่อบุคคลอื่น ในระดับสูง โดยผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาด ด้านสินค้า ราคา และการส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์กับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อชุดอุปกรณ์แต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ทำ pre-test จำนวน 40 ชุด หาค่า Cronbach Alpha ผลปรากฏว่าได้เกิน 0.7 ทุกตัวแปร แก้ไขแบบสอบถามแล้วนำไปแจกให้ลูกค้าตามศูนย์รถยนต์ Mitsubishi, Toyota และเหรียญชัยเทอร์โบ สาขาบางใหญ่จำนวน 400 ชุด
2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. นำแบบสอบถามที่ได้ลงรหัสแล้วมาบันทึกและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติ และโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ
2. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้เป็นสถิติเบื้องต้นในการอภิปรายผล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{x}$), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ Multiple Regression Analysis

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.215 ^a	.046	.039	.34201

R คือ ค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระทั้งหมดคือด้าน สินค้า, ราคา, การส่งเสริมการตลาด กับตัวแปรตาม ด้านการตัดสินใจซื้อ

R Square คือ ค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัวแปรตาม จากตารางแสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามที่เป็นด้านการตัดสินใจซื้อ

Adjusted R Square คือค่า R Square ที่ปรับแก้แล้ว ซึ่งควรพิจารณาค่านี้น่าจะแทนค่า R Square เมื่อข้อมูลที่นำมาสร้างตัวแบบมีจำนวนน้อย หรือกรณีที่ค่า R Square มีค่าสูงมาก การแปลความหมายเหมือนกับค่า R Square

Std. Error of the Estimate คือ ค่า ที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม จากตารางเมื่อพิจารณาอย่างหยาบๆ อาจกล่าวได้ว่า การตัดสินใจซื้อจะมีความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดประมาณ 0.34201

ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.246	3	.749	6.401	.000 ^a
	Residual	46.320	396	.117		
	total	48.566	399			

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่า การทดสอบสมมติฐานจะพิจารณาจากค่าสถิติ F หรือค่าความน่าจะเป็น Sig. โดยผู้ทดสอบจะต้องกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติมาแล้ว โดยกำหนดไว้ที่ 0.05

เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น Sig. ที่เป็นโปรแกรมคำนวณมาให้คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นตัดสินใจ ปฏิเสธ H_0 และสรุปผลได้ว่า ตัวแปรอิสระสามารถใช้พยากรณ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยด้านสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1
ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ รายการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสายผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยผู้ที่ซื้อตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ การตกแต่งรถยนต์ตามรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ มีชิ้นส่วนชุดอุปกรณ์ที่ใช้ตกแต่งครบครัน โลโก้ก็สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ และมีสีประกอบตามความหมาย มีการตั้งราคาเพื่อการจัดจำหน่ายให้ลูกค้าเห็นชัดเจน สามารถตั้งจูงใจผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และมีชุดอุปกรณ์ตกแต่งของรถยนต์รุ่นใหม่ๆออกมา โดยทั้ง 7 ข้อ เป็นค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสามารถนำมาเป็นจุดแข็งในการทำตลาด และทำให้ลูกค้าได้มีทางเลือกซื้อเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของคอตเลอร์ (Kotler. 2003) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,000 - 40,000 บาท จึงสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2539: 41-42) ที่กล่าวว่าข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดของครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของคนที่จะช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลส่วนบุคคลจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายกว่าการวัดตัวแปรอื่น

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่า ในด้านสินค้าผู้บริโภคส่วนใหญ่ คิดว่า ด้านคุณภาพ ความเหมาะสม และความทันสมัยนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ ทางผู้ผลิตสินค้าประเภทนี้จึงควรรักษาระดับคุณภาพให้เป็นมาตรฐานต่อไป เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจน้อยที่สุด

2. จากการศึกษาพบว่า ในด้านราคาผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่า ปัจจัยในแต่ละด้านของเรื่องราคาราคานั้นมีความสำคัญในระดับสูงถึงสูงมาก ดังนั้นทางร้านค้าที่รับจำหน่ายอุปกรณ์แต่งรถยนต์ ควรเน้นทำการบริการในด้านอื่นๆ ทั้งด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการให้ดีและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าเดิม เพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาพบว่า ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่า ปัจจัยในแต่ละด้านของเรื่องการส่งเสริมการตลาดนั้นมีความสำคัญในระดับสูง ดังนั้นทางร้านค้าที่รับจำหน่ายอุปกรณ์แต่งรถยนต์ ควรเน้นทำการตลาดในแต่ละด้านให้มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการแถมของแถม การแนะนำจากพนักงานขาย และการลดราคา ณ จุดขาย

4. การศึกษาการครั้งต่อไปควรใช้สื่อ Online Media และ Social Media ในการสร้างการรับรู้ข้อมูลสินค้าใหม่ๆ ที่มีให้แก่ผู้บริโภคและเพื่อให้ผู้บริโภคเพิ่มความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น

5. การศึกษาการครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในเรื่องการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ในเขตอื่นๆ เพิ่มเติมหรือเป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการแต่งรถยนต์ เพื่อผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาด ในด้านการตัดสินใจเปิดร้านขายอุปกรณ์แต่งรถยนต์ในเขตต่างจังหวัด

กิตติกรรมประกาศ

การทำงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือและความกรุณาอย่างสูง จาก ดร.ชุดิมาดี ทองจีน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะและแก้ไขข้อผิดพลาดมาโดยตลอด เพื่อให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์ที่สุด จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ ที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนทางการศึกษา และน้องสาวที่ช่วยเหลือในการทำงานวิจัยนี้ จนทำให้การศึกษานี้จบลงด้วยดี

ท้ายนี้ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามและบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่กรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลที่ทำให้การศึกษานี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์

บรรณานุกรม

1. หนังสือและบทความ

ธีรกิต นวรัตน์ ณ อุรุยา. 2547. การตลาดสำหรับการบริหาร : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ. 2548. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : Diamond In Business World.

Kotler, Philip. 2003. **Marketing Management**. (11th ed). N.J.: Prentice Hall International Inc.

2. งานวิจัย

แคริยา กุฬพัฒน์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ โตโยต้า นีโว วิอส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จิรัชย์ มงคลโรจน์สกุล. (2553). การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือคู่มือเตรียมสอบของนักเรียนมัธยมปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ธัญญมาศ วุ่นศิริ. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์แต่งรถยนต์ในอนาคตกายใต้แบรนด์ ฮาเปอร์ ของผู้บริโภคในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

รัชนีทร์ ชุมสาย ณ อยุธยา

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : iii_obeoom_iii@hotmail.com

ดร.ชุตินาถ ทอดจัน

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ทั้งปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านแบรนด์ และด้านคุณภาพวัสดุก่อสร้าง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมลำดับแรกคือด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียม รองลงมาคือด้านแบรนด์ของคอนโดมิเนียม ด้านคุณภาพของวัสดุก่อสร้าง และด้านค่าใช้จ่ายตามลำดับ ระดับทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ลำดับแรกคือ เลือกซื้อที่มีราคาถูก รองลงมาคือเลือกซื้อที่มีความสะดวกในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายและคุณภาพของวัสดุก่อสร้างมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ทัศนคติ การตัดสินใจ การเลือกซื้อ คอนโดมิเนียม

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate factors that affect attitude of decision making in purchasing condominium from peoples who are working in Bangkok. The factors were expenses, location and environment, brand, and quality of construction material. The sample consisted of 400 peoples who are working in Bangkok. Questionnaires were used to gather information by probability sampling. The statistical analysis included frequency, mean, standard deviation, and multiple regressions via. The results showed that the highest factor that affects their decision-making was location and environment follow by brand, quality of construction material, and expenses. However, the highest scores for attitude towards purchasing condominium

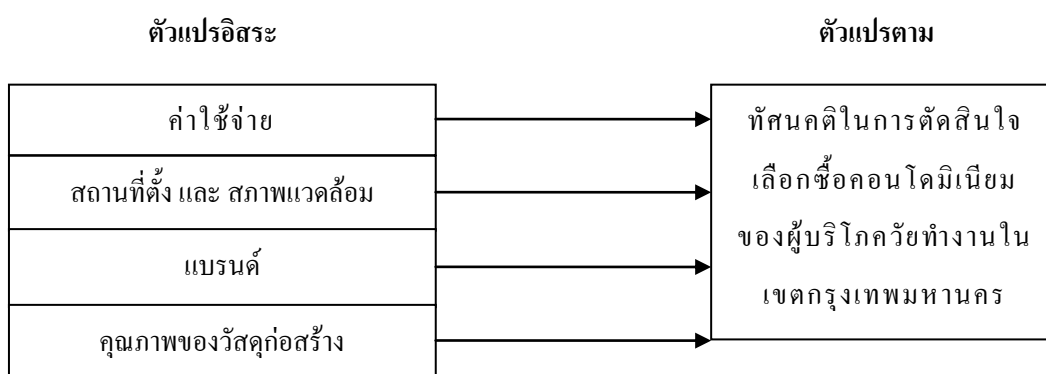
were the cheapest price, and convenient location. Expenses and quality of construction material affected to attitude towards purchasing condominium at the significant level of 0.05.

KEYWORDS : Attitude, Decision-Making, Purchasing, and Condominium

บทนำ

จากเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีความเสี่ยงอยู่ตลอดเวลา จะส่งผลกระทบต่ออำนาจการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในปัจจุบันอยู่เป็นจำนวนมาก โดยผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยในขณะนี้จำเป็นต้องเพิ่มความระมัดระวังและรอบคอบในการวางแผนการซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น เพื่อรอทิศทางที่เศรษฐกิจจะปรับตัวดีขึ้นจึงส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยให้ชะลอออกไป อาทิ การปรับขึ้นราคาน้ำมันที่สูงเป็นประวัติการณ์ หากราคาน้ำมันยังคงพุ่งสูงขึ้นในปีหน้า น่าจะส่งผลกระทบต่อการบินต่างทางเศรษฐกิจไทย ถึงแม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาการปรับขึ้นของราคาน้ำมันจะมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในทำเลที่ใกล้กับโครงการรถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบ หรือทำเลใจกลางเมือง เนื่องจากสามารถช่วยผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้น และเนื่องจากสถานการณ์ต่างๆทำให้ปัจจุบันคอนโดมิเนียมได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ในการลงทุนพัฒนาคอนโดมิเนียมเป็นอย่างมาก เพราะกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ มีประชากรย้ายเข้ามาอาศัยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆและมีการคมนาคมสะดวก มีสิ่งเอื้ออำนวยในการพัฒนาพื้นที่ในรูปแบบของที่พักอาศัยของผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะได้นำผลสรุปมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้นคือค่าใช้จ่าย สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม แบรนด์ คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง ตัวแปรตามคือทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ค่าใช้จ่าย สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม แบนด์ และคุณภาพของวัสดุก่อสร้างใช้อ้างอิงจากทฤษฎีส่วน
ประสมการตลาด โดยคุณภาพของวัสดุก่อสร้างถือว่าเป็นส่วนคุณภาพของสินค้า (Product) ค่าใช้จ่ายคือราคา
(Price) สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมคือสถานที่ (Place) ส่วนแบนด์เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขาย
(Promotion)

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

อารีย์ จงเกษมสุข (2551: 26-27) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) การรับรู้
(Perception) จากแหล่งทัศนคติที่มีอยู่มากมาย การก่อตัวของทัศนคติประกอบส่วนสำคัญต่างๆ ดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใด
สิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น
การมีทัศนคติไม่ดีต่อร้านอาหารร้านหนึ่งเนื่องจากการบริการที่ไม่ดีของพนักงานในร้าน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้
ข้อมูลข่าวสารจากคนอื่น เช่น นักเรียนที่ได้รับการอบรมสั่งสอนจากครูว่าการลอกข้อสอบเป็นสิ่งที่ไม่ดีก็จะ
มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการลอกข้อสอบ

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้เป็นการมองดูบุคคล
อื่นปฏิบัติอย่างไรแล้วเราก็จดจำเอามาปฏิบัติตาม เช่น เด็กมักจะเลียนแบบพ่อแม่หรือผู้นำความคิดหรือ
นักแสดงที่ผ่านทางสื่อต่างๆ

4. ปัจจัยที่เป็นสถาบันต่างๆ (Institutional factors) ได้แก่โรงเรียนวัดครอบครัวยุทธศาสนิกสมาคม
ต่างๆ เป็นต้นซึ่งสถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติ

1. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคนมิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติที่เป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีความถาวรพอสมควรทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละบุคคลต่างก็จะได้
ประสบการณ์และผ่านการเรียนรู้มาอย่างใดก็ตาม ทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้อันเนื่องมาจาก
อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ (อารีย์ จงเกษมสุข, 2551: 26-27)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกศกนก อยู่แสงทอง (2553) ศึกษาเรื่องระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นวัยทำงานส่วนใหญ่
เป็นเพศชาย อายุ 20- 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างหรือพนักงาน
บริษัทเอกชน รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน และส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพ โดยนึกถึงและสนใจโครงการคอนโดมิเนียมลุ่มพินิจ เป็นอันดับ
แรก และตัดสินใจเลือกซื้อห้องชุด แบบ 1 ห้องนอน 35-45 ตร.ม. มากที่สุด และสนใจคอนโดมิเนียม
ราคา 2,000,001-3,000,000 บาทโดยซื้อเพื่ออยู่อาศัย และผู้บริโภคเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเหตุผลที่ใช้ตัดสินใจ
ซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพ จากการศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจ

ซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพ ทำให้ทราบว่าระดับการรับรู้ของผู้บริโภคทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด สัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพ ในเรื่องโครงการที่ผู้บริโภคถึงและสนใจเป็นอันดับแรกคือ ขนาดของห้องชุด จากเหตุผลที่ใช้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมซึ่งความสัมพันธ์นี้สรุปได้ว่า หากผู้บริโภคมีระดับการรับรู้ในด้านต่างๆมากก็จะมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ผู้บริโภคจะเลือกซื้อคอนโดมิเนียม โดยมีข้อมูลการรับรู้ทางด้านทำเลที่ตั้ง ราคา ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการเป็นอันดับแรกที่น่ามาใช้ตัดสินใจซื้อต่อไป

บัณฑิต จุลาลักษณ์ และยุติ ศิริ (2552) ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ได้สรุปไว้ว่า ผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยไม่ใช่ผู้ที่ไม่มีปัญหาที่อยู่อาศัยเท่านั้น ผู้ที่ไม่มีปัญหาที่อยู่อาศัยก็มีความต้องการที่อยู่อาศัย เนื่องจากการแยกครอบครัวหลังการสมรส และผู้ที่ไม่มีปัญหาที่อยู่อาศัยจะทำการวางแผนการซื้อ 1 ปีขึ้นไป อาศัยเงินรายได้ประจำ และรายได้เสริมของตนเองและคู่สมรสมากกว่าจากแหล่งอื่น ผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยให้ความสำคัญข้อมูลด้าน รูปแบบบ้าน ทำเลที่ตั้ง ราคาและรูปแบบโครงการเท่าๆกัน โดยความสำคัญของผู้ประกอบการเป็นลำดับสุดท้าย และผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยมีความรู้และตั้งใจจริงในการซื้อ ดังนั้นวิธีการได้มาของข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยนั้นจะมาจากสื่อที่ให้กับสมาชิกต่างมากกว่าสื่อที่ให้ข้อมูลทั่วไป อาทิเช่น นิตยสารเพื่อที่อยู่อาศัย มากกว่านิตยสารเพื่อการตกแต่ง หรือนิตยสารทั่วไป ตระเวนดูโครงการมากกว่าดูงานโฆษณา สืบค้นจากอินเทอร์เน็ตมากกว่ารายการวิทยุ

สมมุติฐานของการศึกษา

1. H_0 : ค่าใช้จ่ายไม่มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 H_1 : ค่าใช้จ่ายมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. H_0 : สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมไม่มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 H_1 : สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. H_0 : แบรินด์ไม่มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 H_1 : แบรินด์มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
4. H_0 : คุณภาพของวัสดุก่อสร้างไม่มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 H_1 : คุณภาพของวัสดุก่อสร้างมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเพื่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบมากที่สุดต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความต้องการในแง่ของค่าใช้จ่าย ความต้องการในแง่ของสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ความต้องการในแง่ของแบรนด์และความต้องการในแง่ของคุณภาพวัสดุก่อสร้าง

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ทำ pre-test จำนวน 40 ชุด หาค่า Cronbach Alpha ผลปรากฏว่าได้เกิน 0.7 ทุกตัวแปร แก้ไขแบบสอบถามแล้วนำไปแจกกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานตามสำนักงานในบริเวณสถานที่ทำงานและห้างสรรพสินค้าแห่งละ 100 ชุด รวมจำนวน 400 ชุดดังนี้ กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานในอาคารต่างๆ บริเวณถนนสีลม บริเวณห้างสรรพสินค้าบริเวณ สยามพารากอน บริเวณอาคารสำนักงานและสถานที่พักอาศัยบริเวณถนน รามคำแหง และในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า
2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า แล้วมาบันทึกและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติ และโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ Multiple Regression Analysis

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.494	.13955

R คือ ค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระทั้งหมดคือ ค่าใช้จ่าย สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม แบรนด์ และคุณภาพของวัสดุก่อสร้างกับตัวแปรตามคือทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร จากตาราง แสดงว่ามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง

R Square คือ ค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัวแปรตาม จากตารางแสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามที่เป็นด้านทัศนคติในการตัดสินใจซื้อ เพียง 5% ส่วนอีก 95% จะเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในตัวแบบสอบถาม หรืออาจกล่าวได้ว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายทัศนคติในการตัดสินใจซื้อได้เพียง 5%

Adjusted R Square คือค่า R Square ที่ปรับแก้แล้ว ซึ่งควรพิจารณาค่านี้นแทนค่า R Square เมื่อข้อมูลที่นำมาสร้างตัวแบบมีจำนวนน้อย หรือกรณีที่ค่า R Square มีค่าสูงมาก การแปลความหมายคือ ค่าที่ได้คือ 49%

Std. Error of the Estimate คือ ค่า ที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม จากตารางเมื่อพิจารณาอย่างหยาบๆ อาจกล่าวได้ว่า ทัศนคติในการตัดสินใจซื้อจะมีความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดประมาณ 0.13955

ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7.654	4	1.913	98.250	.000**
Residual	7.693	395	.019		
total	15.347	399			

ผลการศึกษาพบว่าค่าสถิติ F หรือค่าความน่าจะเป็น Sig. โดยผู้ทดสอบกำหนดระดับนัยสำคัญไว้ที่ 0.05 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็น Sig. ที่คำนวณมาได้คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นตัดสินใจ ปฏิเสธ H_0 และสรุปผลได้ว่า ตัวแปรอิสระสามารถใช้พยากรณ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย Coefficients

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	-.659	.312		-2.112	.035
ค่าใช้จ่าย	.580	.054	.387	10.734	.000*
สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม	-.056	.054	-.040	-1.054	.292
แบรนด์	.007	.039	.008	.185	.853
คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	.554	.042	.551	13.050	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงว่าค่าความน่าจะเป็น Sig. สำหรับตัวแปรค่าใช้จ่ายและคุณภาพของวัสดุก่อสร้าง คือ 0.000 น้อยกว่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ แต่สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อมและแบรนด์ มีค่า Sig. 0.292 และ 0.853 มากกว่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงตัดสินใจ ปฏิเสธ H_0 สำหรับค่าใช้จ่ายและคุณภาพของวัสดุก่อสร้างยอมรับ H_1 สำหรับสถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อมและแบรนด์ และสรุปผลได้ว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้พยากรณ์ได้คือ ค่าใช้จ่ายและคุณภาพของวัสดุก่อสร้าง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ค่าใช้จ่าย มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม	ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1
สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ไม่มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดฯ	ปฏิเสธ H_1 ยอมรับ H_0
แบรนด์ไม่มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม	ปฏิเสธ H_1 ยอมรับ H_0
คุณภาพของวัสดุก่อสร้างมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม	ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายและด้านคุณภาพของวัสดุก่อสร้างมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่ มีระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมลำดับแรกคือด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของคอนโดมิเนียมในส่วนของการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับรถไฟฟ้า หรือ ทางด่วน ที่สะดวกกับการเดินทาง รองลงมาคือด้านแบรนด์ของคอนโดมิเนียมในส่วนของการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่เป็นแบรนด์ที่มีการดูแลหลังการขาย ด้านคุณภาพของวัสดุก่อสร้างในส่วนของการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายใน และด้านค่าใช้จ่ายของการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในส่วนของการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่ราคาที่สามารถมีกำลังซื้อคอนโดมิเนียมได้ และมีระดับทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ เลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่มีราคาถูก รองลงมาคือเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่มีความสะดวกในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายและคุณภาพของวัสดุก่อสร้างมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ส่วนแบรนด์และสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ไม่มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศกนก อู่แสงทอง (2553) ศึกษาเรื่องระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษารูปได้ว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้การนึกถึงและสนใจโครงการคอนโดมิเนียมลุ่มพินี่ เป็นอันดับแรก และมีทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อขนาดห้องชุด แบบ 1 ห้องนอน 35-45 ตร.ม. มากที่สุด และสนใจซื้อคอนโดมิเนียมในราคา 2,000,001-3,000,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัย และผู้บริโภคเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเหตุผลที่ใช้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครจากการศึกษา ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบว่า ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ในเรื่องโครงการที่ผู้บริโภคนึกถึงและสนใจเป็นอันดับแรก ขนาดของห้องชุด เหตุผลที่ใช้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซึ่งความสัมพันธ์นี้สรุปได้ว่า หากผู้บริโภคมีระดับการรับรู้ในด้านต่างๆมากก็จะมีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ผู้บริโภคจะเลือกซื้อคอนโดมิเนียม โดยมีข้อมูลการรับรู้ทางด้าน

ทำเลที่ตั้ง ราคา ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการเป็นอันดับแรกที่นำมาใช้ตัดสินใจซื้อต่อไป และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรพจน์ พนาชื่นวงศ์สกุล (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำเลที่อยู่อาศัยของคนทำงานในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงนั้นมีอิทธิพลต่อการเลือกทำเลที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงคือ ทำเลที่อยู่ใกล้สถานที่ทำงาน ใกล้เส้นทางเชื่อมต่อการคมนาคม ส่วน ปัจจัยเรื่องสภาพแวดล้อมและปัจจัยขนาดของพื้นที่ของที่อยู่อาศัยถูกให้ความสำคัญรองลงมา โดยทั้งสองปัจจัยมีระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญของปัจจัยทั้งสองพบว่า ปัจจัยเรื่องสภาพแวดล้อมที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ คือ สภาพมลภาวะ ความแออัดชุมชน และทัศนียภาพโดยรอบ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่าคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมด้านคุณภาพของวัสดุก่อสร้าง ดังนั้นผู้ลงทุนด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควรตระหนักและให้ความสำคัญ เกี่ยวกับเรื่องของคุณภาพวัสดุก่อสร้างเป็นหลัก และในการลงทุนควรคำนึงถึงราคาที่จะเพิ่มสูงตามคุณภาพของวัสดุก่อสร้างตามไปด้วย ดังนั้นผู้ลงทุนต้องควบคุมราคาให้อยู่ในเกณฑ์ที่ผู้ซื้อที่กำลังเพียงพอ โดยผู้ลงทุนควรกำหนดเป้าหมายในการขายคอนโดมิเนียมให้ชัดเจน รวมถึงสนับสนุนในเรื่องของเงินกู้สำหรับผู้ซื้อ

2. จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงด้านเดียว ยังเป็นข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ในโอกาสต่อไปต้องใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม เพื่อให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมที่สุด

3. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับการราคาวัสดุก่อสร้าง ที่เป็นต้นทุนสำคัญของการดำเนินการก่อสร้าง และผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการพักอาศัยในคอนโดมิเนียมของกลุ่มบุคคลอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น กลุ่มนักศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นต้น

บรรณานุกรม

- เกศกนก อยู่แสงทอง. 2553. “ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร”. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บัณฑิต จุลาลย์ และ ชวดี ศิริ. 2552. “การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล”. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

วรพจน์ พนาชื่นวงศ์สกุล. 2550. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำเลที่อยู่อาศัยของคนทำงานในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อารีย์ จงเกษมสุข. 2551. การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมที่ใช้ความกลัว. โครงการพิเศษ ระดับมหาบัณฑิตสาขาวิชาการ โฆษณาภาควิชาการประชาสัมพันธ์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING COSMETIC BUYING DECISION OF TEENAGERS IN BANGKOK

ปรมกรณ์ ความไพบุลย์

E-mail : prk_kpb@hotmail.com

ดร. ชุตินาดี ทองจีน

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจว่าปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้า และด้านการบริการส่งผลกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยหรือไม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากประชากรวัยรุ่นในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ช่วงอายุระหว่าง 15 - 30 ปี จำนวน 400 คน กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 0.05 ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Regression ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และตราสินค้า และปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้า การบริการ เครื่องสำอาง

ABSTRACT

This study aimed to explore whether promotion factor, brand and image factor, and service factor affecting cosmetic buying decision of teenagers in Bangkok or not. Questionnaire was used to gather information from 400 teenagers' age between 15-30 years old in Bangkok. The confidence level is significant at 0.05. The statistical methods used frequency, percentage, mean, standard deviation, and Regression. The results found that promotion, brand & image, and service affect to cosmetic buying decision of teenagers in Bangkok.

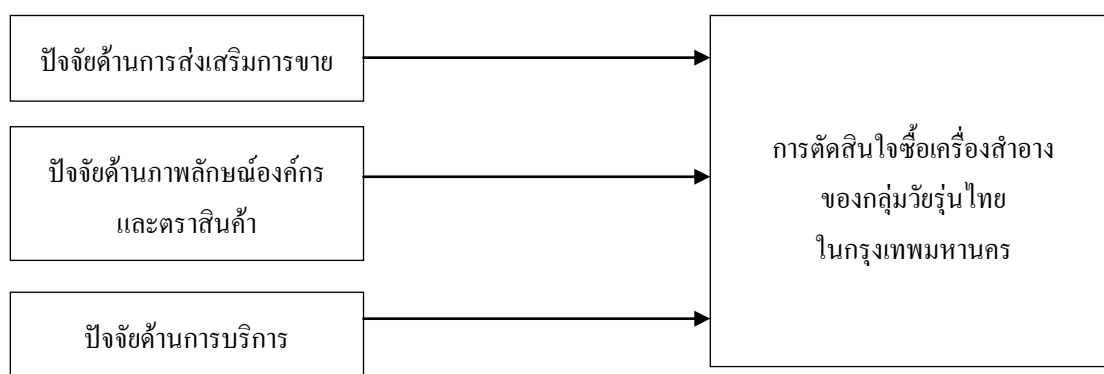
KEYWORDS: Promotion, Image and Brand, Service, Cosmetic

บทนำ

เครื่องสำอาง (Cosmetic) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทุกคนต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Cleaning) เครื่องสำอางประเภทต่อไป ได้แก่ เครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงผิวทั้งผิวหน้าและกาย (Facial and Skin Care) ซึ่งก็ถือว่าเป็นเครื่องสำอางอีกประเภทที่ได้รับความนิยมและเกือบจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตมากพอกับเครื่องสำอางประเภทแรกที่กำลังมา โดยสามารถดูได้จากยอดขายเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และปริมาณของบริษัทเครื่องสำอางทั่วโลกที่กระโดดเข้าสู่ตลาดเพื่อแย่งชิงลูกค้าและพื้นที่ในส่วนแบ่งตลาด (Market share) ดังที่เราจะเห็นได้จากการโฆษณาและผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายอยู่ตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในท้องตลาดมีอยู่หลายสูตรเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด ประเภทสุดท้ายที่คงไม่กล่าวถึงไม่ได้คือเครื่องสำอางประเภทที่ใช้ในการแต่งแต้มสีสรรบนใบหน้า (Make up) ซึ่งประเทศไทยในปัจจุบันนิยมเครื่องสำอางประเภทนี้ที่มีแบรนด์มาจากประเทศเกาหลีเนื่องจากที่สังคมไทยโดยเฉพาะวัยรุ่นได้เปิดรับเอาวัฒนธรรมเกาหลีหลากหลายผ่านทางละครชุดทางโทรทัศน์ซึ่งทำให้เราซึมซับสิ่งต่างๆ เข้ามารวมถึงสไตล์การแต่งหน้า การสัลดกรรมและเครื่องสำอางของเกาหลี และนอกจากผู้หญิงแล้วผู้ชายหลายๆ คนก็เริ่มที่จะใช้เครื่องสำอางประเภทนี้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

เนื่องจากตลาดเครื่องสำอางมีการแข่งขันกันสูง จึงได้มีการนำดาราที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้แนะนำสินค้าเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร เป็นนโยบายการส่งเสริมการขาย และทำให้ตราสินค้าเป็นที่จดจำได้ จึงเห็นได้ว่าทั้งภาพลักษณ์ ตราสินค้า และการส่งเสริมการขาย เป็นกลยุทธ์สำคัญในการแข่งขันของธุรกิจเครื่องสำอางและจากบทบาทความสำคัญของเครื่องสำอางประเภทต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการประเภทนี้อย่างแน่นอน ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะวิจัยปัจจัยที่ผลต่อการซื้อเครื่องสำอางของคนในกรุงเทพ เพื่อที่ผู้สนใจจะสามารถนำผลงานวิจัยมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจจริงๆ ได้

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ตัวแปรต้นคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้า และปัจจัยด้านการบริการ ส่วนตัวแปรตามคือการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานคร

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) (ผศ.ดร.วีระพงศ์ มัลย์, 2553) เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาดจะประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Saleing) และการขายตรง (Direct Marketing) แต่ในปัจจุบันนี้การตลาดนิยมนำส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาดมาใช้ร่วมกันและเรียกว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC: Imtegrated Marketing Communication)

ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) (อ้างถึงใน Kotler, 2000: 296) หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงส่วนเดียวไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงสะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่ระบบบริหาร จัดการบุคลากร ความรับผิดชอบต่อสังคมและการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) (อ้างถึงใน Kotler, 2000:296) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อ หรือตรา (Brand) หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark)ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่งส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณา และการส่งเสริมการขาย เพื่อบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขายแม้สินค้าหลาย ยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกันแต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของ ตรายี่ห้อถือเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับกำหนัดตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

การบริการ (Service) (อ้างถึงใน พรณี ชูวัฒนธาดา, 2554) หมายถึง กระบวนการของการ ปฏิบัติเพื่อให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวกหรือความสบายอันเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่ เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรี ให้ความเป็นธรรมและมีความเสมอภาค การให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ ถ้าเป็นการบริการที่ดีผู้รับจะเกิดความประทับใจหรือ เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

การเลือกซื้อเครื่องสำอาง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โดยมีปัจจัยด้านต่างๆ เช่น ความจำเป็น ความต้องการ ความพึงพอใจในสินค้า การบริการ ตราสินค้า ความน่าเชื่อถือ ฯลฯ เพื่อนำผลิตภัณฑ์มาตอบสนองความต้องการของตน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. อุษา ลิ้มปธนโชติ. (2545). ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางบำรุงรักษา ผิวหน้า ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างเพศชายที่ใช้เครื่องสำอาง บำรุงผิวหน้าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 20 –29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพ เป็นพนักงานเอกชน และรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางพบว่าส่วนใหญ่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าทั่วไป นิยมซื้อครั้งละ 2 ชิ้น ราคาต่อชิ้น 500 บาท การตัดสินใจซื้อจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าตรงต่อ ความต้องการ รองลงมา เป็นชื่อเสียงเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศไทยแต่ใช้ชื่อสินค้า ต่างประเทศ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือตนเอง ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน/คนใกล้ชิด ตามลำดับ สถานที่ที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต /ร้านสะดวกซื้อ การส่งเสริมการตลาดที่จูงใจคือ การโฆษณาและลดราคาตามลำดับ ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด

พบว่าให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพมากที่สุด

2. วิภาดา กิจแก้วกานต์. (2551). ค่านิยมความเป็นไทยและบุคลิกภาพเพศแฝงเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอางของกลุ่ม Metrosexual สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่าง Homosexual จำนวน 400 คน ที่ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำมีบุคลิกภาพเพศแฝงเป็นเพศชายร้อยละ 58.5 และมีบุคลิกภาพเพศแฝงเป็นเพศหญิงร้อยละ 41.5 คน ดังนั้นผู้ชายที่เป็น Metrosexual ยังคงมีบุคลิกภาพเพศแฝงที่เป็นชายแต่อยู่แม้ว่าพวกเขาจะนิยมใช้เครื่องสำอางก็ตาม บุคลิกภาพเพศแฝงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวของกลุ่ม Metrosexual ทางด้านจำนวนครั้งในการซื้อเครื่องสำอางต่อ 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objective or Research Questions)

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายกับการเลือกซื้อเครื่องสำอาง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้ากับการเลือกซื้อเครื่องสำอาง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการกับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มวัยรุ่นไทยในกรุงเทพฯ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ทำ pre-test จำนวน 40 ชุด หาค่า Cronbach Alpha ผลปรากฏว่าได้เกิน 0.7 ทุกตัวแปร แล้วนำไปแจกให้ประชาชนทั่วไปในกรุงเทพฯ สุ่มแบบตามสะดวก จำนวน 400 ชุด
2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า แล้วมาบันทึกและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาคือการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์แบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานคือการทดสอบหาค่าสถิติ (Sample Statistics) ของข้อมูลที่รวบรวมได้มาจากแบบสอบถาม ได้แก่ การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ได้แก่

สมมติฐานที่ 1

H_0 : ปัจจัยทางการส่งเสริมการขายไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพฯ

H_1 : ปัจจัยทางการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพฯ

สมมุติฐานที่ 2

H₀: ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้าไม่สัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพฯ

H₁: ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้าสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพฯ

สมมุติฐานที่ 3

H₀: ปัจจัยด้านการบริการไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพฯ

H₁: ปัจจัยด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพฯ

สมมุติฐานทั้ง 3 นี้ผู้ทำวิจัยจะใช้สถิติ Regression ในการทดสอบสมมุติฐาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ (Level of Significance) 0.05

ผลการวิเคราะห์สมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ปัจจัยทางการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยทางการส่งเสริมการขาย	Coefficients			t	Sig.
	Unstandardized		Standardize		
	B	SD	Beta		
มีการโฆษณาทางโทรทัศน์	.099	.045	.103	2.204	.028*
มีการแจกสินค้าเป็นตัวอย่างทดลองใช้	.075	.044	.095	1.694	.091
มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก	.002	.050	.002	.038	.969
มีของแถมเมื่อซื้อสินค้า	-.002	.045	-.029	-.488	.626
มีการสะสมแต้มเพื่อแลกกับของรางวัลหรือส่วนลด	.073	.048	.100	1.527	.128
รับประกันสินค้าคืนเงินหากใช้ไม่ได้ผลหรือไม่พอใจ	.122	.039	.176	3.166	.002*
มีการจัดกิจกรรมต่างๆเพื่อสมาชิก เช่น การมอบชุดของขวัญในวันคล้ายวันเกิด หรือแต่งงานให้ฟรี	.166	.038	.246	4.429	.000*
ปัจจัยทางการส่งเสริมการขาย	.513	.048	.476	10.789	.000*
Adjusted R Square= .248 Sig = .000* F = 19.820					

จากตารางแสดงผลการทดสอบพบว่า การเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครสามารถอธิบาย โดยปัจจัยทางการส่งเสริมการขายได้ร้อยละ 24.8 อย่างมีนัยสำคัญ (Adjusted R Square = 0.224, F = 116.406)

ทั้งนี้ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขายที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ได้แก่ การโฆษณา ทางโทรทัศน์ การรับประกันว่าสินค้าเงินหากใช้สินค้าไม่ได้ผลหรือไม่พอใจ และการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสมาชิก เช่น การมอบชุดของขวัญในวันคล้ายวันเกิด หรือมีการบริการแต่งหน้าให้ฟรี เนื่องจากมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง แต่การส่งเสริมการขายด้านการแจกสินค้า เป็นตัวอย่าง ทดลองใช้ ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก ของแถม เมื่อซื้อสินค้า และการสะสมแต้มเพื่อแลกกับ ของรางวัลหรือส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอาง ของวัยรุ่น ที่ระดับนัยสำคัญเนื่องจากมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0)

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อ เครื่องสำอาง ของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้า

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้า	Coefficients			t	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	B	SD	Beta		
การได้รับการยอมรับและมีความมีชื่อเสียง ของแบรนด์นั้นๆ	.131	.053	.132	2.444	.015*
การให้บริการของพนักงานขาย	.295	.046	.341	6.367	.000*
มีการรับรองคุณภาพที่มีมาตรฐาน	-.048	.049	-.052	-.978	.329
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และทันสมัย	.000	.045	.000	-.011	.991
จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ	.113	.051	.147	2.225	.027*
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้า	Coefficients			t	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	B	SD	Beta		
ความน่าเชื่อถือ และความโด่งดังของฟรีเซนเตอร์	.101	.047	.131	2.134	.033*
มีส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติ	-.062	.042	-.083	-1.480	.140
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้า	.516	.054	.423	9.554	.000*
Adjusted R Square= .248 Sig = .000* F = 19.846					

จากตารางแสดงผลการทดสอบพบว่า การเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครสามารถอธิบาย โดยปัจจัย ด้านการส่งเสริมการขายได้ร้อยละ 24.8 อย่างมีนัยสำคัญ (Adjusted R Square = 0.248, F = 19.846)

ทั้งนี้ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ได้แก่ การได้รับการยอมรับและมีความมีชื่อเสียงของแบรนด์นั้นๆ การให้บริการของพนักงานขาย การจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และความน่าเชื่อถือและความโด่งดังของฟรีเซนเตอร์ เนื่องจากมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง แต่การรับรองคุณภาพที่มีมาตรฐานบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย และมีส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่น เนื่องจากมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ สมมุติฐานหลัก (H_0)

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อ เครื่องสำอางของวัยรุ่นใน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านการบริการ

ปัจจัยด้านการบริการ (Service)	Coefficients			t	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	B	SD	Beta		
มีพนักงานบริการประจำ	.161	.041	.211	3.925	.000*
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และอธิบายได้	-.002	.010	-.007	-.159	.874
มีเว็บไซต์ของแบรนด์โดยเฉพาะสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ หรือทางเว็บไซต์ และมีบริการจัดส่ง	.081	.041	.112	1.967	.050*
มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านทาง E-mail หรือ SMS ของลูกค้า	.186	.044	.258	4.233	.000*
ให้ลูกค้าแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ทางเว็บไซต์ หรือ Facebook	.026	.050	.036	.527	.598
พนักงานมีสุขภาพ ยิ้มแย้ม และอัธยาศัยดีในการให้บริการ	.013	.044	.018	.288	.774
พนักงานแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ถูกต้องและรวดเร็ว	.065	.042	.086	1.537	.125
ปัจจัยด้านการบริการ (Service)	.386	.036	.469	10.593	.000*
adjusted R SquareA= .320 Sig = .000* F = 26.306					

จากตารางแสดงผลพบว่าการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครสามารถอธิบายโดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายได้ร้อยละ 32.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Adjusted R Square = 0.320 F = 26.306)

ทั้งนี้ปัจจัยด้านการบริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ได้แก่ มีพนักงานบริการประจำ มีเว็บไซต์ของแบรนด์โดยเฉพาะสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ หรือทางเว็บไซต์และมีบริการจัดส่ง และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านทาง E-mail หรือ SMS ของลูกค้า เนื่องจากมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมุติฐานรอง แต่เรื่องพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะและอธิบายได้ สามารถให้ลูกค้าแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ทางเว็บไซต์ หรือ Facebook พนักงานมีความสุขภาพ ยิ้มแย้ม และอัธยาศัยดีในการให้บริการ และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่น เนื่องจากมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมุติฐานรอง

สรุปผลการวิเคราะห์สมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 อิทธิพลของปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อผู้บริโภคแต่ละคนแตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้าที่มีต่อผู้บริโภคแต่ละคนแตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีค่า Sig. เท่ากับ .000

ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพ

สมมุติฐานที่ 3 อิทธิพลของปัจจัยด้านการบริการที่มีต่อผู้บริโภคแต่ละคนแตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ปัจจัยด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

การอภิปรายผล

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานครสามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 18 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าชั้นปริญญาตรี ซึ่งยังมีสถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางผ่านทางอินเทอร์เน็ต สาเหตุที่เลือกซื้อเครื่องสำอางที่ตนเองใช้อยู่เป็นประจำเพราะความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยมีเหตุจูงใจในการซื้อเครื่องสำอางเพราะต้องการบำรุงผิวพรรณและเพิ่มความสวยงาม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางมากที่สุดก็คือบุคคลในครอบครัว ซึ่งผลประโยชน์ที่เลือกซื้อเครื่องสำอางก็เพื่อการบำรุงผิวพรรณ ความถี่ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางโดยเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 1 ครั้งหรือน้อยกว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางต่อครั้งตกอยู่ที่ประมาณครั้งละ 1,000 บาท หรือน้อยกว่า นิยมซื้อเครื่องสำอางประเภทครีมกันแดดและนิยมนำเครื่องสำอางยี่ห้อต่างๆ เช่น โอเลย์ พอนด์ เป็นต้น

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขายซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านทาง E-mail หรือ SMS ของลูกค้ามากที่สุด ลำดับที่ 2 คือปัจจัยทางด้านการบริการซึ่งให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสมาชิกสูงสุด และลำดับที่ 3 คือปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร และตราสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขาย จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายภาพลักษณ์และตราสินค้ามากกว่าการบริการ เนื่องจากใช้สินค้าเดิมอยู่เป็นประจำ ไม่ได้ต้องการการบริการจากพนักงานขายมากนัก กลยุทธ์ที่องค์กรควรใช้จึงควรเป็นกลยุทธ์การแข่งขันทางด้านการตลาดที่จะช่วยด้านการส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรและตราสินค้าได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางคือเพื่อการบำรุงผิวพรรณและเพิ่มความสวยงาม ดังนั้นองค์กรธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจึงควรมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้ รวมถึงการตั้งราคาเครื่องสำอางแต่ละชิ้นควรคำนึงถึงรายได้ของกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของตนเองและตั้งราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั้นๆเพื่อไม่ให้เป็นการตัดโอกาสหรือทำให้จำนวนลูกค้าลดลงในกรณีที่ทางองค์กรตั้ง

ราคาสูงเกินกว่าที่ลูกค้ากลุ่มนั้นๆเต็มใจและมีความสามารถที่จะจ่าย และในการโฆษณาประชาสัมพันธ์รวมถึงการให้ข้อมูลทางองค์กรธุรกิจที่ต้องการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นควรเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตและความสำคัญกับช่องทางนี้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการใช้สื่อที่เป็น Social Media เช่น Facebook Twitter Instragram เข้ามาร่วมในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เช่น การแข่งขันประกวดภาพถ่ายบน Instragram เพื่อดูว่าภาพของใครมีคนกดไลค์ (Like) มากที่สุดเพื่อใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพราะช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด รวมถึงการโฆษณาที่ทางธุรกิจควรใช้กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลกับกลุ่มลูกค้ามาเป็น Presenter เพื่อให้การสื่อสารทางการตลาดของทางธุรกิจมาสามารถโน้มน้าว กระตุ้นการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- Kotler, Philip. 2000. **Marketing Management**, 10th edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- ศ.ดร.วีระพงษ์ มัลลย์. 2553. **การตลาดบริการ**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรณี ชูดิวัฒนธาดา. 2554. การบริการดีเป็นอย่างไร. **วารสารวิชาการ**.
- วิภาดา กิจแก้วกานต์. 2551. “ค่านิยมความเป็นไทย และบุคลิกภาพเพศแฝงเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอางของกลุ่ม Metrosexual”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อุษา ลิ้มปธนโชติ. 2545. “ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางบำรุงรักษา ผิวหน้าในเขต กรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

**การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก กรณีศึกษาผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**
**CONSUMERS' MARKETING COMMUNICATION PERCEPTIONS
AFFECTING MEDICAL COSMETIC BUYING DECISION IN CLINIC :
A CASE STUDY OF AUMPHER MUENG NAKHONRATCHASIMA PROVINCE.**

ปวีดา โชคเสนาแก้ว

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

E-mail : b_soul7@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษา การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก กรณีศึกษาผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ที่เคยซื้อหรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ทางด้านการสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรใช้ Pearson Correlation Coefficient ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน

ผลการวิจัย พบว่า

- 1) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดโดยใช้พนักงานขาย มากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดด้านการโฆษณา และด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดทางตรงนั้น กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย
- 2) ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้กระบวนการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้กระบวนการประเมินผลเพื่อช่วยในการตัดสินใจมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การตระหนักถึงปัญหา และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ให้การตัดสินใจน้อยที่สุดเป็นอันดับสุดท้าย
- 3) สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิกของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา นั้น ผลการวิจัยไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: การรับรู้การสื่อสารทางการตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ABSTRACT

This research aims to study the recognition of marketing communications which influence consumer purchase decision-making process in Cosmetic Dermatology Clinic; Case study of Muang district, Nakhon Ratchasima Province.

The samples used in this study were a group of 400 consumers who have purchased Dermatology cosmetic products in Muang district Nakhon Ratchasima province. This study used a questionnaire to collect data, as well as statistical data analysis.

Characteristics of the respondents were female, 21-30 years old, single, having education below Bachelor's degree, with average monthly income less than 10,000 baht per month.

The results showed that

1) The overall recognition of marketing communications products in Cosmetic Dermatology Clinic was at the middle level. With further analysis, it showed that the sales by salespersons have gained the most recognition, which earned medium recognition level. The second recognition is from advertising and public relations, which also obtained medium recognition level. Direct marketing and sales promotion has received less awareness from the customer, which gained low recognition level.

2) The decision making has affected the overall result of Cosmetic Dermatology Products in Dermatology clinic at high level. With further analysis, researcher found that, the variable that affected the decision-making the most was the information evaluation process, which obtained high recognition level. Follow by the information research, awareness of the problem and purchasing decisions, which also gained high recognition level. And the subsequent purchase behavior has received the last decision-making level, which gained low recognition level.

3) There was no significant relationship between the perception of marketing communications and the decision making process to buy the cosmetic product for consumers in Muang district, Nakhon Ratchasima Province.

บทนำ

ด้วยคำนัยยของของความสวยงามเปลี่ยนแปลงไป ทำให้คลินิกเสริมความงามและคลินิกดูแลปัญหาสภาพผิว เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เวชสำอางโดยตรงให้กับผู้บริโภคภายใต้กระบวนการรักษาทางการแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ ด้านผิวหนัง (Dermatologist) โดยนางสาวทิพาภรณ์ อุณาอุล ผู้อำนวยการกลุ่มธุรกิจเวชภัณฑ์ บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า ปัจจุบันกลุ่มสินค้าเวชสำอางมีอัตราการเติบโตดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก 1) กลุ่มอายุผู้บริโภคมีอายุน้อยลงในการหันมาให้ความสนใจดูแลตัวเองเร็วขึ้น เฉลี่ยเริ่มที่ 14-15 ปีขึ้นไป 2) ขั้นตอนการดูแลผิวมีมากขึ้น 3) ผู้บริโภคให้ความสนใจในสุขภาพและความงามมากขึ้น และ 4) ผู้บริโภคเริ่มสนใจในแหล่งข้อมูลที่มีประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมของตลาดเวชสำอางในปี 2554 ที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตขึ้นราวร้อยละ 11 ซึ่งหากไม่มีปัญหาทาง

เศรษฐกิจ การเมือง และภัยจากธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยเกิดขึ้นในปีที่ผ่านมาคาดว่าจะได้เฉลี่ยที่ร้อยละ 18 ส่วนในปี 2555 มีแนวโน้มว่าจะได้ถึงร้อยละ 20 หรือคิดเป็นตัวเลขได้ที่ 2,840 ล้านบาท จาก 2,360 ล้านบาท ในปี 2554 โดยกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดีที่สุดในปีนี้ คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ที่มองว่าปี 2555 จะมีอัตราการเติบโตสูงสุด โดยเฉพาะในช่วงหน้าร้อนนี้ พบว่า มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 70 สูงสุดในรอบ 5 ปี จากปกติจะโตเพียงร้อยละ 40 ขณะที่มูลค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจะอยู่ที่ร้อยละ 10 ของตลาดเวชสำอาง (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2555) ดังนั้นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางต่าง ๆ นั้นจะใช้แค่โฆษณาเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ซึ่งอาจจะมีการนำเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication : MC) มาใช้ร่วมด้วย โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับผู้บริโภค การเข้ามามีส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างพฤติกรรมการซื้อเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์และเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อต่อการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ทั้งนี้ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา พบว่า มีอัตราการขยายตัวของคลินิกและการให้คำปรึกษาด้านผิวพรรณความงามค่อนข้างมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก ภูมิศึกษาผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา นำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เวชสำอางในการเลือกใช้ สื่อสารทางการตลาดที่จะทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้นและเป็นแหล่งข้อมูลทางการศึกษาให้แก่ผู้สนใจที่ต้องการศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เวชสำอางต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิกของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยเรื่องการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)**ข้อมูลทั่วไป**

- เพศ - อาชีพ
- อายุ - รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม

กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
เวชสำอางในคลินิกของผู้บริโภคในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

1. การตระหนักถึงปัญหา
2. การค้นหาข้อมูลข่าวสาร
3. กระบวนการประเมินผลข้อมูล
4. การตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

การรับรู้การสื่อสารทางการตลาด

- 1.การโฆษณา
- 2.การประชาสัมพันธ์
- 3.การส่งเสริมการขาย
- 4.การขายโดยใช้พนักงานขาย
- 5.การตลาดทางตรง

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้วิธีการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางขนาดตัวอย่างของ (Naresh K. Malhotra) กรณี (Problem Solving Research) โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 200 ตัวอย่าง ช่วงระยะของกลุ่มตัวอย่าง คือ 300-500 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถามการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแล้วจึงนำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อทำการตรวจสอบและแนะนำเพื่อการแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมถูกต้อง

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบที่ถูกต้องและขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนสำนวนภาษา แล้วนำมาปรับปรุงเพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจน ถูกต้อง สมบูรณ์และตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

3. นำเครื่องมือไปตรวจสอบคุณภาพ โดยนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ร้านค้า ตลาด ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา สถานที่ราชการ หน่วยงานเอกชนต่าง ๆ ซึ่งเป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ราย และนำแบบสอบถามมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha Cronbach Method) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม คือ 0.78 ซึ่งถือว่าอยู่เกณฑ์ดี จึงสามารถใช้แบบสอบถามนี้ในการเก็บข้อมูลจริง เพื่อการศึกษาวิจัยต่อไปได้

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไป โดยการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution)

2. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 คือ การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-30 ปี โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดและมีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาโดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทซึ่งทั้งหมดเคยซื้อหรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก

สำหรับการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก ผลวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดโดยใช้พนักงานขาย เป็นอันดับแรก ส่วนการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดทางตรงอยู่ในระดับน้อย เมื่อศึกษาข้อมูลรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า

1.1 ด้านการโฆษณา พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากโฆษณาผ่านสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ มีการรับรู้มากที่สุด แต่กลุ่มตัวอย่างรับทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น โฆษณาข้างรถโดยสารประจำทางน้อยที่สุด

1.2 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้การเป็นผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์มากที่สุด แต่กลุ่มตัวอย่างรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดตัวของผลิตภัณฑ์เวชสำอางอยู่ในระดับน้อย

1.3 ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้คูปองส่วนลดเงินสดมากที่สุด แต่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ของแถมน้อยที่สุดเป็นอันดับสุดท้าย

1.4 ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงความรู้ ความสามารถของพนักงาน มีการรับรู้มากที่สุด

1.5 ด้านการตลาดทางตรง พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้จากการรับจดหมายข่าวทาง อีเมลล์มากที่สุด ส่วนการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากโปสเตอร์แจ้งรายการส่งเสริมการขาย มีน้อยที่สุด

สำหรับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เน้นการประเมินผลข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก เมื่อศึกษาข้อมูลรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านการตระหนักถึงปัญหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถป้องกันอันตรายจากแสงแดดได้ มากที่สุด และต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถลดรอยแผลเป็นได้ น้อยที่สุด

2.2 ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจเรื่องลักษณะของเรื่องที่ต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เวชสำอางที่สุด

2.3 ด้านกระบวนการประเมินผลข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก เพราะเป็นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีตามที่ต้องการ

2.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า บุคคลอื่นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่กลุ่มตัวอย่างจะมีร้านประจำเพียง 1 ร้านในการซื้อ

2.5 ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะกลับไปซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางอีกครั้ง ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี และจะบอกต่อคนอื่นๆ ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี
ผลการทดสอบสมมติฐาน

พบว่า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิกของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา

อภิปรายผล

1. การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก พบว่า โดยภาพรวม มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย มีการรับรู้มากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ได้แก่ ด้านการโฆษณา และด้านการประชาสัมพันธ์ มีการรับรู้ในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดทางตรง มีการรับรู้ในระดับน้อยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวัฒน์ ธรรมรักษา (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณค่าตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์น้ำยาเปลี่ยนสีผมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร โดยการ โฆษณาครีมนเปลี่ยนสีผมในทีวี จึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนเปลี่ยนสีผม

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก พบว่า โดยภาพรวม ให้การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการประเมินผลข้อมูล ให้การตัดสินใจมากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยให้การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการตระหนักถึงปัญหา และด้านการตัดสินใจซื้อ ให้การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ให้การตัดสินใจน้อยที่สุดเป็นอันดับสุดท้าย โดยให้การตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัย

ของสุริย์รัตน์ รัตนมณี (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพนักงานขาย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเน้นให้พนักงานขายมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถให้คำปรึกษา แนะนำผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ

1.2 การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก ผู้บริโภคได้รับการสื่อสารทางด้านการตลาดทางตรง อยู่ในระดับน้อย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเน้นให้ความสำคัญกับตลาดทางตรงเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ และกระตุ้นความต้องการในผลิตภัณฑ์

1.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับกระบวนการประเมินผลข้อมูล ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการแนะนำสินค้าที่มีคุณภาพสูง มีราคาคุ้มค่า และเน้นการส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณาเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างชัดเจนเพื่อสร้างความมั่นใจ ความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

1.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก จากพฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่มีความต้องการทดลองสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการทำการวิจัยอีกในลักษณะนี้อีกครั้งหนึ่ง โดยขยายไปสู่จังหวัดอื่นๆ หรือในภูมิภาคอื่นๆ ในลักษณะหลากหลายกว่าเดิม

2.2 ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อได้ผลการศึกษามากมายหลาย

2.3 ควรมีการศึกษาระดับที่มีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการคลินิกในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือจากคณาจารย์และบุคคลหลายๆ ท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับ ดร.บุญยา วงษ์ชาติกุล ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และ รศ.นราทิพย์ ชูติวงศ์ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย ที่ยอมเสียสละเวลา คอยช่วยเหลือ

ดูแลตรวจทานแก้ไขในการเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัยจนประสบความสำเร็จ และขอขอบพระคุณ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในคลินิก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบคุณงามความดีทั้งหลายทั้งปวงให้แก่บุพพการี คณาจารย์ เพื่อนและครอบครัว ซึ่งเป็นกำลังใจให้โดยตลอดช่วยให้ผลการวิจัยนี้สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี

บรรณานุกรม

- กมลวัฒน์ ธรรมรักษา. 2553. “การศึกษาคุณค่าตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์น่ายาเปลี่ยนสีผมในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สุริย์รัตน์ รัตนมณี. 2551. การรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กุลชาติ เวชสาร. 2550. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. การจัดการและการตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิก. 2550. กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- ดารา ทิปะปาล และ ธนวัฒน์ ทิปะปาล. 2552. การสื่อสารการตลาด. ฉบับปรับปรุงใหม่ กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิน ปรัชญพฤทธิ. 2553. รัฐประศาสนศาสตร์เปรียบเทียบ : เครื่องมือในการพัฒนาประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : อินทภาษ
- นิรมล กิตติกุล. 2550. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรณรรวี วรรณรัตน์. 2551. “พฤติกรรม的开รับข่าวสารทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อการสื่อสารทางการตลาดของโรงพยาบาลนรีเวชเครือเอสเอฟซีเนมาซีที.” วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรณวดี บุตรศรีภูมิ. 2550. “การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามเพื่อบำรุงผิวหน้าของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิมพ์พร ลีลาพรพิสิฐ. 2552. เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ภาควิชาการประชาสัมพันธ์และโฆษณา. 2553. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. รวมเล่มวิทยานิพนธ์ดีเด่น (ฉบับพิเศษ 2). ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ASTV ผู้จัดการออนไลน์. 2555. ข่าวการตลาด. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<http://www.manager.co.th/business/viewnews.aspx?NewsID=9550000053416>. สืบค้นเมื่อวันที่ 29
กันยายน 2555.

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบุคคล และปัจจัยทางด้านสังคม
กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
**THE RELATIONSHIP BETWEEN INDIVIDUAL & SOCIAL FACTOR
AND SUPPLEMENTARY FOOD CONSUMPTION BEHAVIORS OF
PEOPLE IN BANGKOK**

อมรรณ รุ่งศิริยืนยง

E-mail : Queen_meimei@hotmail.com

ดร.ชุติมาวดี ทองจีน

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรอิสระได้แก่ ด้านบุคคล และด้านสังคม ตัวแปรตามได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่เขตพระโขนง เขตหลักสี่ เขตยานนาวา และเขตคลองเตย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ Pearson Correlation ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลและสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : อาหารเสริม ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสังคม พฤติกรรมผู้บริโภค

ABSTRACT

This research aimed to study Relationships between individual & social factor and supplementary food consumption behaviors of people in Bangkok. The dependent variables were individual and social factors. The independent variable was supplementary food consumption behaviors. The sample group was 400 people in Bangkok from Phrakhanong, Laksi, Yannawa, and Klong Toey District. Questionnaire was used to gather data. The statistical method used Pearson Correlation. The results found that individual and social factor affected to supplementary food consumption behaviors of people in Bangkok.

KEYWORDS: Supplementary food, Individual factor, Social factor, Consumer Behavior

บทนำ

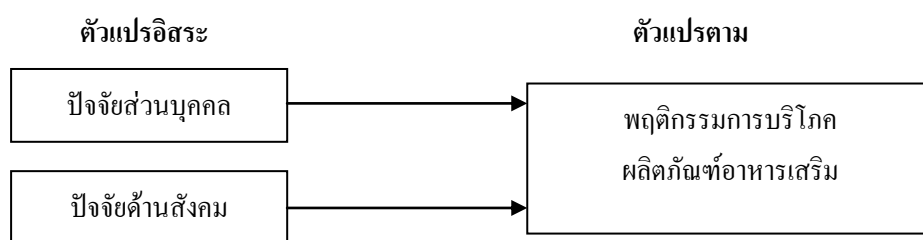
ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเสริมกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้คนที่ดำเนินชีวิตในปัจจุบัน อาหารเสริมในท้องตลาดมีหลายหลายแบรนด์ทั้งที่เป็นของคนไทยหรือนำเข้า หลายหลายคุณสมบัติตามแต่วัตถุประสงค์ของผู้บริโภคว่าตนเองต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่ออะไร ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเป็นสิ่งที่รับประทานเพื่อเสริมให้สุขภาพให้แข็งแรงขึ้นกว่าเดิม ป้องกันโรคร้ายต่างๆ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับนักกีฬารับประทานเพื่อสร้างกล้ามเนื้อ หรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับบำรุงผิวพรรณทำให้ดูขาวใสขึ้น ส่วนมากจะเป็น พวกวิตามินต่างๆ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมส่วนมากจะมีส่วนผสมพืช ผัก สมุนไพร และสารต่างๆ ที่มีคุณสมบัติช่วยในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รักษาโรค เสริมสุขภาพ หรือ บำรุงผิวพรรณ

ปัจจุบันผู้คนไม่มีเวลาดูแลสุขภาพของตนเอง ทำให้การรับประทานอาหารที่ไม่ครบตามที่ร่างกายต้องการ รวมไปถึงการดื่มแอลกอฮอล์เพื่อคลายเครียดจากปัญหาต่างๆ ที่ประสบมาในแต่ละวัน ผสมกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น อินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันและนำมาใช้ในเรื่องธุรกิจทำการค้าขายเพื่ออำนวยความสะดวก สำหรับคนที่ไม่มีเวลาไปเดินซื้อสินค้าก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทางอินเทอร์เน็ต ประหยัดเวลาง่ายต่อการใช้งาน สะดวกสบาย เลยเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ใช้ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และเป็นที่นิยมมาก เพราะง่ายต่อการไปเดินหาซื้อตามท้องถนน มีเว็บไซต์ โฆษณาต่าง บอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมแต่ละประเภทไว้ และมีคอมเมนต์ที่ลูกค้าคนอื่นๆ ใช้แล้วนำมาบอกต่อเขียนโพสต์ไว้ในอินเทอร์เน็ต ไวต่อการรับรู้ของผู้คน เพราะมีผู้คนจำนวนมากที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสาร

ปัจจุบันอาหารเสริมจะเป็นรูปแบบของเม็ดแคปซูล ที่มีลักษณะคล้ายยา ซึ่งสะดวกต่อการรับประทาน และพกพา ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้คนทำงานหนักจนไม่มีเวลารับประทานอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจึงเป็นตัวช่วยที่มีคุณสมบัติในการเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง ป้องกันโรคร้ายต่างๆ อีกทั้งยังมีอาหารเสริมที่รับประทานเพื่อเสริมความงามซึ่งเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา คนทำงาน หรือผู้สูงอายุ เพราะบุคคลเหล่านี้ต้องการมีสุขภาพที่ดี ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ หรือจะเป็นเรื่องของเสริมความงามให้กับผิวพรรณ ทำให้ผิวขาวขึ้นจากที่เป็นอยู่ อาหารบำรุงสมองก็เป็นที่นิยมมากในกลุ่มนักเรียน นักศึกษารับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อช่วยในการเรียนอีกด้วย

การศึกษาวิจัยในหัวข้อ “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบุคคล และปัจจัยทางด้านสังคม กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” เพื่อต้องการทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าอาหารเสริมประเภทไหนที่ผู้บริโภคต้องการ และปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เพื่อเป็นนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องโดยตรงในการได้รับการบริโภคและการกำจัดผลิตภัณฑ์และบริการหลังการใช้ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำกิจกรรมเหล่านี้ (Engel, Blackwell, & Miniard, 1993, p. 4)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (A model of consumer behavior)

โมเดลสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง (stimulus-response model) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เริ่มต้นจากการมีสิ่งกระตุ้นเข้ามากระทบความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ โดยสิ่งกระตุ้นจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด
2. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมระดับมหภาค ซึ่งอยู่ภายนอกองค์กร เช่น สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม

ส่วนที่ 2 จากสิ่งกระตุ้นดังกล่าวข้างต้นจะกระทำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics)
2. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (buyer decision process)

ส่วนที่ 3 เป็นขั้นของการตอบสนองของผู้ซื้อ ซึ่งได้ผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อมาแล้ว โดยผู้ซื้อจะมีการตอบสนอง 5 ประการดังนี้

1. การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ (product choice)
2. การตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่จะซื้อ (brand choice)
3. การตัดสินใจเลือกร้านค้าที่จะซื้อ (dealer choice)
4. การตัดสินใจในเวลาที่ซื้อ (purchase timing)
5. การตัดสินใจในปริมาณที่จะซื้อ (purchase amount) (หลักการตลาด, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)

ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในสมอง ร่างกาย เช่น ความรู้สึกนึกคิด ความชื่นชอบชื่นชม ความเกลียด บูลิกลูกภาพ ทัศนคติ ฯลฯ ที่มีผลกระทบต่อกระบวนการเลือกการตัดสินใจที่จะเลือกดำเนินกิจกรรมใด ๆ สักอย่างหนึ่ง (จิตวิทยาการบริการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

แต่ในงานวิจัยนี้ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมา

ปัจจัยทางด้านสังคม

สังคม (Social) เป็นหน่วยย่อยของวัฒนธรรม (Culture) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคตลอดจนเข้าไปมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยด้านสังคมจะประกอบไปด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ (หลักการตลาด, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ) ซึ่งในงานวิจัยนี้ปัจจัยด้านสังคม หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการกระทำของและบุคคล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นายปาลิต คำนวนศิลป์ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มนวัตกรรมอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีถึงร้อยละ 63 และนักศึกษาส่วนใหญ่มีรายรับอยู่ในช่วง 4,001-8,000 บาทต่อเดือน พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่าประเภทของอาหารเสริม ที่บริโภคเป็นประจำ คืออาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และค่าใช้จ่ายในการบริโภคส่วนใหญ่อยู่ที่ 1,001-2,000 บาท ต่อเดือน และยี่ห้อที่บริโภคนิยมบริโภคมากที่สุด คือ แบล็กมอร์ สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้ออาหารเสริมเป็นประจำ คือซื้อกับตัวแทนจำหน่าย

กรณีการ์ ตันนา (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษา มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิง ร้อยละ 79 อายุช่วง 21 -23 ปี ร้อยละ 59 ศึกษาอยู่ในกลุ่มคณะสังคม มนุษยศาสตร์ ร้อยละ 47 ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 37 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ไม่รวมค่าที่พัก) ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท ร้อยละ 53 บิดาของนักศึกษาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 26 มารดาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 32 และรายได้ของผู้ปกครองรวมกันของนักศึกษาส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33. 2

กฤติญาณี พวงสมบัติ (2550) พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารเสริมเพื่อการควบคุมน้ำหนักในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยศึกษาผู้มีอายุ ระหว่าง 18 ปี-60 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ มากกว่า 28 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ ครอบคลุม เฉลี่ยต่อเดือน 50,000-59,999 บาท อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จะชอบแพชั่น การแต่งกาย และรักการพบปะ สังสรรค์ กับเพื่อนฝูง และมีความพึงพอใจในรูปร่าง และน้ำหนัก ในระดับปานกลางพฤติกรรมการบริโภคของผู้ที่เคยบริโภคจะเลือก รูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นแบบ ชนิดเม็ด และแคปซูล เพราะสะดวกต่อการพกพา/บริโภค ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่บริโภค ขึ้นอยู่กับคุณภาพและราคา ของสินค้า และซื้อ ผลิตภัณฑ์ จากตัวแทนจำหน่าย แหล่งที่รู้จักผลิตภัณฑ์ คือการโฆษณา ทางทีวีและเมื่อบริโภคแล้วเห็นผลจริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ทำ pre-test จำนวน 40 ชุด หาค่า Cronbach Alpha ผลปรากฏว่าได้เกิน 0.7 ทุกตัวแปร แก้ไขแบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ได้จากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane ไปแจกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ไปแจกตามสถานที่ขายอาหารเสริมในห้างสรรพสินค้าต่างๆในกรุงเทพ ตามความสะดวก (Convenience Sampling)

2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า แล้วมาบันทึกและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติ และ โปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ได้แก่ Pearson Correlation

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ด้วย Pearson Correlation

	N	X	SD.	ข้อมูล ส่วนบุคคล	ข้อมูล ด้านสังคม	ข้อมูล การบริโภค
ข้อมูลส่วนบุคคล	400	3.4346	.66799		.587 / .000*	.238 / .000*
ข้อมูลด้านสังคม	400	3.3057	.72010	.587 / .00*		.201 / .000*
ข้อมูลการบริโภค	400	4.0625	.64127	.238 / .000*	.201 / .000*	

N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

X แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

SD แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว คือ Pearson Correlation ซึ่งใช้ในการทดสอบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมที่บริโภค แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านส่วนบุคคล สังคม และพฤติกรรมการบริโภคมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐาน 1 H_0 ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

H_1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

สมมติฐาน 2 H_0 ปัจจัยทางด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

H_1 ปัจจัยทางด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

สรุปผลการวิจัยจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 ทั้ง 2 สมมติฐาน เนื่องจากว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคอาหารเสริมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 10,001 – 20,000 บาท นิยมบริโภคอาหารเสริมยี่ห้อ Brands และเลือกทานอาหารเสริมเพื่อบำรุงสุขภาพ

พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเสริมของกลุ่มประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมากเป็นเพศหญิง ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี เพราะเพศหญิงโดยพื้นฐานเป็นเพศที่ให้ความใส่ใจในการดูแลสุขภาพของตนเองมากกว่าเพศชาย รวมถึงรับการศึกษาโดยเฉลี่ยที่อยู่ในระดับปริญญาตรีร่วมกับระดับรายได้ที่รับต่อเดือนมีความเพียงพอ และสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการดูแลสุขภาพของตนเอง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเสริมเพื่อบำรุงสุขภาพของตนเอง

ผู้บริโภคอาหารเสริมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นายปาลิต คำวนศิลป์ (2552) พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และงานวิจัยของ วรรณิการ์ณ ดันนา. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่พบว่าผู้บริโภคอาหารเสริมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีการศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารเสริมเพื่อการควบคุมน้ำหนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของกฤติญาณี พวงสมบัติ

สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคโดยมากมีความรู้สึกลึกซึ้งต่อพฤติกรรมการบริโภคด้านบุคคลในระดับกลาง โดยพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างเมื่อวิเคราะห์ตามข้อย่อยจะพบว่ามีความสอดคล้องกับ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (A model of consumer behavior) ที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เริ่มต้นจากการมีสิ่งกระตุ้นเข้ามากระทบกล่อมถ่อมหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ โดยสิ่งกระตุ้นจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และ 2. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ

ส่วนที่ 2 จากสิ่งกระตุ้นดังกล่าวข้างต้นจะกระทบกล่อมถ่อมหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน 1. ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics) 2. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (buyer decision process) และ

ส่วนที่ 3 เป็นขั้นของการตอบสนองของผู้ซื้อ ซึ่งได้ผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อมาแล้ว โดยผู้ซื้อจะมีการตอบสนอง 5 ประการดังนี้ 1. การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ (product choice) 2. การตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่จะซื้อ (brand choice) 3. การตัดสินใจเลือกร้านค้าที่จะซื้อ (dealer choice) 4. การตัดสินใจในเวลาที่จะซื้อ (purchase timing) 5. การตัดสินใจในปริมาณที่จะซื้อ (purchase amount) (หลักการตลาด, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)

สำหรับปัจจัยทางด้านสังคมผู้บริโภคก็ให้ความสำคัญในระดับกลางซึ่งกลุ่มบุคคลทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมีความสอดคล้องกับกลุ่มอ้างอิงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภคในเรื่องปัจจัยทางสังคมกลุ่มอ้างอิง (Reference group) กลุ่มอ้างอิงที่กำหนดบรรทัดฐาน (Normative reference group) หมายถึง กลุ่มที่กำหนดปทัสถาน หรือบรรทัดฐาน (Norm) ให้กับการปฏิบัติของตน นั่นคือการที่ตนเองเลือกที่จะเป็นหรือไม่เป็นอะไร โดยขึ้นอยู่กับตนเองว่าต้องทำสิ่งนี้หรือไม่ การที่เป็นอะไรหรือไม่เป็นอะไรนั้นเพื่อให้ทราบว่ามีทั้งแง่บวก (Positive) และแง่ลบ (Negative) แง่บวก (Positive) คือ ต้องทำอย่างนี้แล้วจะได้เป็นอย่างที่ต้องการจะเป็น ส่วนแง่

ลบ (Negative) คือ อย่างทำอย่างนี้ ถ้าทำจะดูมอว่าเป็นอย่างนี้ อย่างที่เราไม่ต้องการจะเป็น ส่วนใหญ่แล้วมักจะกล่าวถึงกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ในแง่บวก (Positive) มากกว่า กลุ่มอ้างอิงแบบนี้จะทำให้เรารู้ว่าอะไรที่ต้องทำ (Do) และอะไรที่ไม่ควรทำ (Don't) กลุ่มอ้างอิงเปรียบเทียบ (Comparative reference group) หมายถึง กลุ่มอ้างอิงที่เรา拿来ใช้เปรียบเทียบว่าการกระทำใดใช่หรือไม่ใช่กับการที่เราจะเอ่ยอ้างว่าเราเป็นสมาชิกของกลุ่มใด กลุ่มหนึ่ง 2) ครอบครัว (family) ครอบครัวถือเป็นองค์กร ในสังคมที่สำคัญที่สุด โดยสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรง ขึ้นปฐมนุญที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค 3) บทบาทและสถานภาพ (roles and statuses) ผู้บริโภคแต่ละคนจะอยู่ในกลุ่มหลายๆกลุ่มแตกต่างกันออกไปซึ่งตำแหน่งของบุคคลในแต่ละกลุ่มจะถูกกำหนดในรูปของบทบาท และสถานภาพของตนเอง ณ ตำแหน่งในสังคมนั้นๆ (หลักการตลาด, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ) และเมื่อสรุปจะพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเสริมโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยซึ่งหมายถึงผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเสริมซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีปิระมิดของมาสโลว์ (Maslow's Hierarch of Need) ขั้นที่ 1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) หรือความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เพื่อใช้ในการดำรงชีวิต อันประกอบไปด้วย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่พักอาศัย ยารักษาโรค การพักผ่อน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเสริม

สำหรับปัจจัยทางด้านบุคคล และทางด้านสังคมผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ แต่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม แต่สรุปตามสมมติฐานได้ว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

สรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลและสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารเสริมประเภทบำรุงสุขภาพมากที่สุดและเลือกทานอาหารเสริมจากคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับจากอาหารเสริม ดังนั้นบริษัทองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสริมควรทำการสำรวจความต้องการเชิงลึกจากผู้บริโภคว่าผู้บริโภคต้องการอาหารเสริมที่มุ่งเน้นการบำรุงดูแลสุขภาพทางด้านไหนเป็นพิเศษหรือเฉพาะเจาะจง

2. ผลการสำหรับพบว่าเพศชายบริโภคน้อยกว่าเพศหญิง ดังนั้นทางธุรกิจองค์กรที่เกี่ยวข้องควรทำการสำรวจประเภทอาหารเสริมที่ลูกค้าเพศชายต้องการ

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษากลุ่มประชากรในต่างจังหวัดเพิ่มเติมเนื่องจากกลุ่มประชากรในกรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัดมีความแตกต่างกันทางปัจจัยบางส่วน เช่น สังคม ความเชื่อ ค่านิยม รูปแบบการใช้ชีวิตและปัจจัยทางด้านอื่นๆเพื่อนำข้อมูลมาทำการเปรียบเทียบเพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจกลุ่มเป้าหมายทั้งในกรุงเทพ และต่างจังหวัด ควรทำการศึกษาข้อมูลทางการตลาด ให้ครอบคลุม เช่น การสื่อสารทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมทางการตลาดปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

บรรณานุกรม

Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul w. 1993. **Consumer Behavior**. 7th ed. Fort Worth: The Dryden Press, Inc.

กรรณิการ์ ตันนา. 2552. **ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**.
ค้นเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2555. จาก

http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2552/Exer2552_no29

กฤติญาณี พวงสมบัติ. 2550. **พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารเสริมเพื่อการควบคุมน้ำหนักในเขตกรุงเทพ มหานคร
และปริมณฑล**. ค้นเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2555. จาก <http://www.research.rmutt.ac.th/archives/1516>

คณาจารย์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ . 2553. **หลักการตลาด**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะอาจารย์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . 2552. **จิตวิทยาการบริการ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช.

पालิต คำวนศิลป์. 2552. **พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม ของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่** สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2555 จาก

[http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2552/Exer2552_no120,](http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2552/Exer2552_no120)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะในกรุงเทพมหานคร
FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION OF PUBLIC VANS
SERVICE IN BANGKOK

ชนนชา นิยมเยี่ยม

E-mail : Chaki.zizi@gmail.com

ดร.ชุตินาดี ทองจีน

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงลักษณะกลุ่มประชากรและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะของคนในกรุงเทพ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูล สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Multiple Regression ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้าน กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และด้านความสะดวกสบาย ส่งผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ, เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ, ความสะดวกสบาย, รถตู้สาธารณะ

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate factors affecting customer satisfaction of public vans service in Bangkok. This research studied characteristics of population and factors that affect to their satisfaction. The sample group was 400 people who use public vans service in Bangkok. Questionnaire was used to gather information by convenience sampling. The statistical methods used frequency, mean, standard deviation, and Multiple Regression. The results showed that service process/procedures factor, staff or personnel service factor, and convenience factor affect to customer satisfaction of public service vans in Bangkok at the significant level of 0.05.

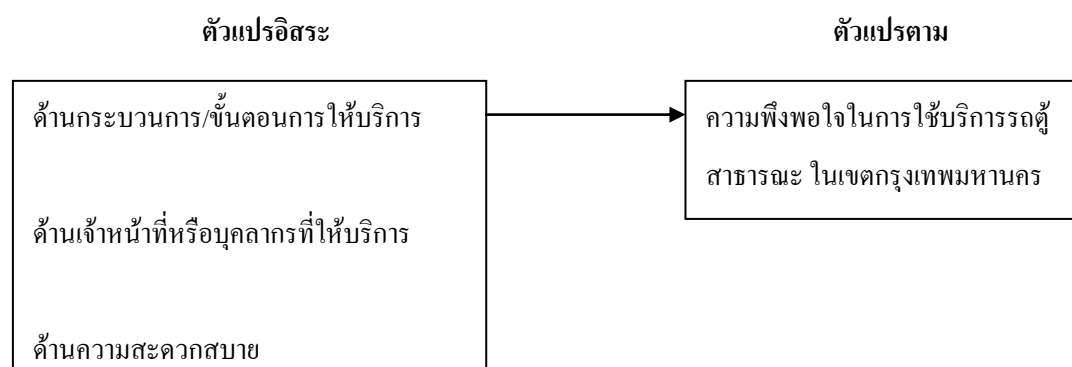
KEYWORDS: Service process/procedures, staff or personnel service, convenience, Public van

บทนำ

ระบบคมนาคมขนส่งของกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน เป็นระบบที่ใช้ทางบกเป็นหลัก โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งตามเส้นทางถนน เนื่องจากเข้าถึงชุมชนได้สะดวกกว่าระบบอื่นๆ ทั้งนี้รถตู้ก็เป็นระบบขนส่งมวลชนรูปแบบหนึ่งที่ประชาชนหันมาให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากหลายคนไม่อยากจะขึ้นเบียดบนรถเมล์หรือระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่น รถเมล์หรือระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่นไม่ผ่านไปยังจุดหมายที่ต้องการจะไป หรือไม่อยากจะใช้ระบบขนส่งมวลชนหลายต่อ เส้นทางรถตู้ถึงที่หมายเร็วกว่ารถเมล์ เพราะขึ้นทางด่วนหรือเพราะคนเต็มแล้วจึงไม่ต้องรับผู้โดยสารเพิ่ม แต่ก็ยังพบปัญหาว่าประชาชนทั่วไปยังคงไม่พอใจในการให้บริการของรถตู้ เป็นต้นว่าอัดจำนวนที่นั่งมากเกินไป หรือบางสายที่ออกต่างจังหวัดก็ต้องขึ้นเพราะไม่มีที่นั่ง ทั้งนี้ในธุรกิจการให้บริการการขนส่งผู้โดยสารนั้น กิจกรรมจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการและต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ธุรกิจการให้บริการของรถตู้สาธารณะนั้น เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการ

ดังนั้นการทราบถึงความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการรถตู้สาธารณะจะทำให้บริษัทสามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ และทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ การบริการที่มีคุณภาพ จนเกิดความประทับใจและเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจรถตู้ต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการสาธารณะ

จินตนา บุญบงการ (2539, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องสัมผัสและต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะเกิดขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่าการบริการตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากหาความหมายดี ๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร ทั้ง 7 นี้คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ท้ออย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระตือรือร้น กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

ประยูร กาญจนกุล (2533) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการให้บริการสาธารณะว่ามีอยู่ 5 ประการ ที่สำคัญคือ

1. บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจการหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง
2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน
3. การจัดระเบียบ และวิธีดำเนินบริการสาธารณะยอมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอเพื่อให้เหมาะสมแก่

ความจำเป็นแห่งกาลสมัย

4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใด ๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย

5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นถึงแม้ว่าจะมองแนวคิดของการให้บริการสาธารณะ

ส่วนด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการนั้นถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้คนมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริกมล วงศ์สุพชัย (2553) รายงานผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานธุรกิจเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท โดยสารเป็นครั้งคราว เส้นทางสายเหนือ วัตถุประสงค์ไปทำงาน โดยสารขบวนรถชานเมือง และโดยสารชั้น 3 เป็นส่วนใหญ่ 2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานีรถไฟ ด้านความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานและด้านความพึงพอใจที่มีต่อการบริการทั่วไปในเรื่องความปลอดภัยจากอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง 3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย จำแนกตามคุณลักษณะพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

โกสินทร์ มั่นพรม(2552) รายงานผลการศึกษาศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรสถานีตำรวจภูธรอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า 1. ประชาชนที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรสถานีตำรวจภูธรอำเภอพระนครศรีอยุธยาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยเรียงลำดับจากมาก ไปหาน้อย คือ ด้านการให้ข่าวสารข้อมูลแก่ประชาชน ด้านการบังคับใช้กฎหมายจราจร ด้านการตั้งจุดตรวจ จุดสกัด การสอดส่องตรวจตราและจับกุมผู้กระทำความผิด และด้านการควบคุมการจราจรตามท้องถนน 2. ประชาชนที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทของรถจักรยานยนต์ ประสบการณ์ในการขับขี่รถจักรยานยนต์ และการกระทำความผิด กฎจราจรต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรสถานีตำรวจภูธรอำเภอพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะในด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ด้านความสะอาดสบาย
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะ โดยจำแนกตามลักษณะของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ และข้อมูลการใช้บริการรถตู้สาธารณะ
3. เพื่อรวบรวมจุดที่ควรปรับปรุง ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุงการให้บริการของรถตู้สาธารณะ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ทำ pre-test จำนวน 40 ชุด หาค่า Cronbach Alpha ผลปรากฏว่าได้เกิน 0.7 ทุกตัวแปร แล้วนำไปแจกให้ประชาชนที่มาใช้บริการที่รถตู้สาธารณะบริเวณซึ่งเป็นจุดจอดรับส่งผู้โดยสารแห่งใหญ่ที่มีการให้บริการรถตู้สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด ตามตารางของ Yamane เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก
2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วนำมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. นำแบบสอบถามที่ได้ลงรหัสแล้วมาบันทึกและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติ และโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{x}$), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ Multiple Regression Analysis

สมมติฐานวิจัย

1. H_0 : ปัจจัยด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
 H_1 : ปัจจัยด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. H_0 : ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
 H_1 : ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. H_0 : ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกสบาย ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
 H_1 : ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกสบาย มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.180 ^a	.032	.025	.44602

ผลการศึกษาแสดงว่า R คือ ค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระทั้งหมดคือ ด้านความพึงพอใจต่อกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกสบาย กับตัวแปรตาม ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ

R Square คือ ค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่มีต่อตัวแปรตาม จากตารางแสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามที่เป็นด้านความพึงพอใจ ค่าที่ได้ .032 น้อยมากแสดงว่าปัจจัยต่างๆยังไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้เท่าใดนัก

Adjusted R Square คือค่า R Square ที่ปรับแก้แล้ว ซึ่งควรพิจารณาค่านี้นแทนค่า R Square เมื่อข้อมูลที่น่ามาสร้างตัวแบบมีจำนวนน้อย หรือกรณีที่ค่า R Square มีค่าสูงมาก การแปลความหมายเหมือนกับค่า R Square

Std. Error of the Estimate คือ ค่า ที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม จากตารางเมื่อพิจารณาอย่างหยาบๆ อาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ จะมีความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดประมาณ 0.44602

ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.642	3	.881	4.426	.004 ^a
Residual	78.777	396	.199		
Total	81.418	399			

ผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า การทดสอบสมมติฐานจะพิจารณาจากค่าสถิติ F หรือค่าความน่าจะเป็น Sig. โดยผู้ทดสอบจะต้องกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติมาแล้ว โดยกำหนดไว้ที่ 0.05 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น Sig. ที่เป็นโปรแกรมคำนวณมาให้คือ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่กำหนดไว้คือ 0.05 สรุปผลได้ว่า ตัวแปรอิสระสามารถใช้พยากรณ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.521	.393		11.509	.000
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	-.121	.057	-.106	-2.144	.033*
ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ	.127	.061	.105	2.086	.038*
ด้านความสะดวกสบาย	-.140	.060	-.117	-2.334	.020*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่าค่าความน่าจะเป็น Sig. ที่โปรแกรมคำนวณมาให้สำหรับตัวแปร จากตารางพบว่าไม่มีค่าใดเลยมากกว่า ค่าที่กำหนดไว้ ส่วนค่า Sig. ของตัวแปรอิสระ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ คือ 0.033 ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ คือ 0.038 และด้านความสะดวกสบาย คือ 0.020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าที่กำหนดไว้

ดังนั้นจึงสรุปผลได้ว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตัวแปรอิสระในตัวแบบที่สามารถนำไปใช้พยากรณ์ได้คือ ตัวแปรอิสระ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และด้านความ สะดวกสบาย

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
ปัจจัยด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการรถตู้สาธารณะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ มีผลต่อความพึง พอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกสบายผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการรถตู้สาธารณะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่
หรือบุคลากรที่ให้บริการ และด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกสบาย มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถ
ตู้สาธารณะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง
20-30 ปีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักศึกษาและมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท
และพบว่าพฤติกรรมจำนวนครั้งที่ใช้บริการรถตู้สาธารณะคือ 4-5 ครั้ง/สัปดาห์พบว่าการใช้บริการต่อวันอยู่ที่ ไป-
กลับ ทั้งสองเที่ยวและช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นเวลากลางวัน คือ 06.00 - 09.00 น.

2. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะมี 3 ด้าน ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการ
ให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ด้านความสะดวกสบาย ทั้ง 3 ด้าน มีผลต่อความพึงพอใจใน
การใช้บริการรถตู้สาธารณะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจึงตัดสินใจ ปฏิเสธ H_0 สำหรับตัวแปรอิสระ
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และด้านความสะดวกสบาย
ดังนั้นจึงสรุปผลได้ว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตัวแปรอิสระที่สามารถนำไปใช้พยากรณ์ได้คือ ตัวแปรอิสระด้าน
กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และด้านความสะดวกสบาย

3. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะคือ ด้านความสะดวกสบาย เพราะ
จากผลการศึกษาค่า Sig.ด้านความสะดวกสบาย คือ 0.020 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าด้านอื่นๆ โดย ด้านกระบวนการ/ขั้นตอน
การให้บริการ คือ 0.033 ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ คือ 0.038 ดังนั้นจากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า
ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกสบาย มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด

ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีของ คอทเลอร์ (KOTLER, 2000: 435) กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม Total Quality Management (TQM) ตัวอย่างโรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพ (Customers-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวกความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ มีกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการบริการ กับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟินด์ร พัวพัฒนกุล (2532: บทคัดย่อ) พบว่าคุณภาพของบริการโดยสารประจำทางขึ้นอยู่กับการ 1. ความสะดวก 2. ความปลอดภัย 3. พฤติกรรมของ พนักงานประจำรถ 4. สภาพรถและอุปกรณ์ 5. ความรวดเร็ว 6. ความสะดวก และ 7. ความสบาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะมองถึงความคุ้มค่าของด้านราคาโดยจะเปรียบเทียบกับบริการและความสะดวกสบายที่ได้รับ ซึ่ง สอดคล้องกับ ทฤษฎีส่วนผสมการตลาดบริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความพึงพอใจต่อกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ควรปรับปรุงเรื่องเวลาในการออกรถไม่ตรงเวลา เพราะผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะ ต่างก็ต้องการความรวดเร็วที่มาพร้อมกับราคาที่ประหยัดอีกทั้งจำนวนรถที่ให้บริการที่ยังไม่เพียงพอต่อ ความต้องการ และผู้โดยสารใหม่ๆ ยังไม่ทราบถึงจุดจอดรถตู้ ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยการมีป้ายเขียน บอกที่ชัดเจน

2. ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ควรมีกระบวนการสรรหาพนักงานที่มีจิตใจรักการบริการและพนักงานขับรถที่มี ประสิทธิภาพในการทำงาน อีกทั้งยังควรมีการจัดอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอควรมีการวัดและประเมินผล พนักงานอย่างมีระบบ เพื่อนำไปปรับปรุงการบริการต่อไป

3. ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกสบาย

จากการศึกษาพบว่า ควรมีนั่งคอยรับบริการให้เพียงพอต่อความต้องการ ควรปรับปรุงตัวรถให้ไม่เก่า มากจนเกินไปอีกทั้งยังจะต้องอำนวยความสะดวกสบายในเรื่องที่นั่งให้มีความกว้าง นั่งสบายไม่แออัดจนเกินไป เพราะผู้โดยสารอาจต้องการพักผ่อนและควรจัดการอุณหภูมิในรถให้เหมาะสม

บรรณานุกรม

- โกสินทร์ มั่นพรม. (2552). “ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะต่อการปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรสถานีตำรวจภูธรอำเภอพระนครศรีอยุธยา”. สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- จินตนา บุญบงการ. (2539). การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ. กรุงเทพฯ: ฟอรัมเพร็พริ่ง.
- ประยูร กาญจนกุล. (2533). คำบรรยายกฎหมายปกครอง. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฟินด์ร พัวพัฒนกุล. (2532). “การบริการรถโดยสารประจำทางในกรุงเทพฯ ศึกษาองค์ประกอบ และเกณฑ์วัด คุณภาพ”. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริกมล วงศ์สุพชัย. (2553). “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย”.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management**, 10th edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

**การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ทางโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์
ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**
**THE EFFECTIVENESS OF NOK AIR'S CORPORATE ADVERTISING ON
TELEVISION TOWARDS CONSUMER BEHAVIORS IN BANGKOK**

ศิริน ศรีสิทธิพจน์

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : rin_pepi@hotmail.com

พรพรหม ชมงาม

อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : pornprom.c@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ประสิทธิภาพของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ทางโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์ และเพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการจงใจใช้ การตัดสินใจใช้ และพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ ข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 210 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สำหรับ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการหาค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่มีการจงใจใช้บริการสายการบินนกแอร์จากองค์ประกอบของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ในด้าน ผู้นำเสนอ มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์จากเทคนิครูปแบบการนำเสนอโดยผู้นำเสนอโดยตรง และ มีความประสงค์ที่จะใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยให้เหตุผลที่เลือกใช้บริการว่า ภาพประกอบนั้นมีเรื่องราว สัมพันธ์กับตัวสินค้าและสารโฆษณา อีกทั้ง กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการจงใจ ใช้บริการแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้ บริการแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์, ประสิทธิภาพ, ลักษณะทาง ประชากร, การจงใจ, การตัดสินใจ, พฤติกรรมการใช้บริการ

ABSTRACT

The aims of this study are: 1) to study the effectiveness of corporate advertising on television of Nok Air and to study how demographic affects on consumer motivation, consumer decision and consumer behavior in Bangkok. The questionnaires were administered to 210 Nok Air corporate advertising viewers. Most of viewers are single females, aged between 21-30 years, with a bachelor degree. Their monthly incomes are less than 10,000 Baht. Corporate advertising of Nok Air affects motivation of use and desire to select among participants. The main reason for selecting Nok Air is that they believe in the corporate advertising which is related to the product and advertising messages. The hypothesis test shows that 1) viewers with different social status and educational levels have different motivation to use Nok Air. 2) viewers with different education levels and monthly incomes have different decisions to use Nok Air 3) viewers with different gender, age, status, occupation, level of education and monthly income have no different consumer behaviors on Nok Air.

KEYWORDS : Nok Air's Corporate Advertising on television, Effectiveness, Demographic, Motivation, Decision, Behavior

1. บทนำ

ในโลกของการแข่งขันปัจจุบัน ชื่อเสียงและภาพลักษณ์กลายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรได้เป็นอย่างมาก การสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรถือเป็นกระบวนการด้านหนึ่งที่ต้องใช้ความสามารถในการจัดการไม่น้อยไปกว่าการบริหารทรัพยากรด้านอื่นขององค์กร ดังนั้น ในการบริหารภาพลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็น ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ภาพลักษณ์ตราหือ และภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (ชูชัย สมิทธิไกร, 2554: 140) จึงเป็นต้นทุนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับทุกองค์กรที่ต่างต้องพยายามปกป้องและรักษาภาพลักษณ์ของตนให้ดีขึ้นโดยดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต เอาใจใส่ต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง และมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้เพราะ ภาพลักษณ์ที่ดีสามารถนำมาซึ่งความศรัทธา ความผูกพัน การร่วมมือ ตลอดจนแรงบันดาลใจที่จะใช้สินค้าหรือบริการในระยะยาวของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรนั้นๆ ตลอดจนการนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ และมีส่วนครองตลาด (Market Share) เติบโตดุจดั่งน้ำเหนือคู่แข่ง

ทุกวันนี้้องค์กรส่วนใหญ่เริ่มหันมาใส่ใจต่อการนำเรื่องชื่อเสียงขององค์กรมาอยู่ในแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) เริ่มจากการตัดสินใจวางแผนงานอย่างมีระบบ มีทิศทาง มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามพันธกิจขององค์กร และช่วยให้้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ในอนาคต โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ดังนั้นเพื่อให้แผนกลยุทธ์สามารถสร้างคุณค่าได้สูงสุด ้องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการสำรวจ ตรวจสอบชื่อเสียง ทศนคติ การรับรู้ข่าวสาร ความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ว่าแต่ละกลุ่มมีความรู้สึกอย่างไรต่อองค์กร หรือปัจจัยหลักใดที่ก่อให้เกิดความรู้สึกนั้น ทั้งความชื่นชอบ ความชื่นชม ในทางกลับกัน หากเกิดทัศนคติในเชิงลบหรือสัญญาณบอกเหตุที่อาจก่อให้เกิดชื่อเสียงขององค์กรได้รับความเสียหาย ้องค์กรต้องเร่งรีบแก้ไขหรือวางแผนป้องกันแรงกระทบที่อาจจะทำให้ชื่อเสียงเสียหายเป็นการด่วน ดังนั้น การที่ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรจะมีข้อได้เปรียบนั้นขึ้นอยู่กับ ความ

เชี่ยวชาญ ความชำนาญในการสื่อสาร การเลือกช่องทาง การคิดค้นกิจกรรมการสื่อสารที่โดดเด่นขององค์กร ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม สามารถจูงใจหรือโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี อีกทั้งองค์กรสามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการวางแผนการสื่อสาร จนนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ (Corporate advertising) เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่รวมส่วนดีที่สุดของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ (Fill, 2002) มาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารร่วมกัน เพื่อให้เกิดผลที่คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภคอย่างเต็มที่ เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรต่อผู้บริโภค และเพื่อบริการสาธารณะต่างๆ ขององค์กร เช่น การแสดงแนวคิดหลักขององค์กร การถ่ายทอดความรู้ หรือการชี้แจงเรื่องสำคัญที่เป็นปัญหาของสังคม เป็นต้น (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท สุณีเลิศแสงกิจ และวินัส อัสวสิทธิถาวร, 2538) อีกทั้ง ยังมีบทบาทสำคัญต่อความนิยม ความไว้วางใจ การขายหรือใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2540) การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์จึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกแก่องค์กร โดยการชี้ให้เห็นถึงคุณงามความดีขององค์กรเป็นหลัก เช่น การเผยแพร่ข่าวสาร ผลงานหรือกิจกรรมที่มีต่อสังคม เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่เป็นมิตรและประทับใจในตัวองค์กรมากที่สุด นอกจากนี้ การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ยังสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการในระยะยาว หรือในกรณีที่องค์กรเกิดปัญหา เช่น ข่าวลือ หรือพฤติกรรมเชิงลบ เป็นต้น (ชวนะ ภวกันท์, 2546) เพราะฉะนั้น การที่ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ย่อมเกิดการสนับสนุน จนนำมาซึ่งผลตอบแทนที่คุ้มค่าสำหรับองค์กรในที่สุด

สำหรับธุรกิจการบิน สายการบินราคาประหยัดเป็นสายการบินที่ต้องทำการแข่งขัน และต้องการการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การใส่ใจในการบริหารภาพลักษณ์จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติและการรับรู้ที่ดีต่อองค์กร และช่วยให้องค์กรสามารถคงอยู่ได้อย่างยั่งยืนและเป็นที่รู้จักไม่แตกต่างจากสายการบินปกติ สิ่งนี้จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ที่ดำเนินธุรกิจการบินประเภทนี้ต่างต้องเร่งคิดค้นกลยุทธ์การสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้เด่นชัด และใส่ใจต่อการบริหารภาพลักษณ์มากกว่าแต่ก่อน อีกทั้ง ธุรกิจการบินเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคค่อนข้างสูง จึงมีความเสี่ยงที่จะถูกโจมตีหรือถูกมองในแง่ร้ายได้ง่ายยามที่เกิดปัญหา ดังนั้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ผู้บริโภค การใช้โฆษณาเชิงภาพลักษณ์จะช่วยส่งเสริมองค์กรโดยรวมให้เป็นมิตรในสายตาสาธารณชน เนื่องจาก องค์กรใดที่มีภาพลักษณ์ดี และมีความมั่นคงในสายตาของผู้บริโภค ผลที่ได้ตามมาจะเป็นเครื่องกำประกันไม่ให้ถูกมองในแง่ร้ายจนเกินไปในยามที่เกิดเหตุสุดวิสัยเช่น ในกรณีที่เกิดความล่าช้าของเที่ยวบิน หรือเครื่องบินตก เป็นต้น ดังนั้น สำหรับธุรกิจการบินผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงนิยมใช้การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์องค์กร โดยคาดหวังว่าสาธารณชนจะได้รับทราบถึงผลงาน บทบาท และความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้อธิบายว่า ในการแข่งขันทางธุรกิจนั้น นอกเหนือจากการสร้างสินค้าและบริการที่ดีแล้ว จำเป็นต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ให้ดียิ่งกว่า ทั้งนี้เพราะการเกิดภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ดีนั้น ต่างเป็นผลจากการรับรู้ของผู้บริโภคเสมอ สุดท้ายนี้ การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ยังเปรียบเสมือนเป็นผู้โฆษณาความคิด (เสกสรร สายสีกด, 2542) ซึ่งเป็นการโฆษณาที่ไม่เน้นการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของผู้โฆษณาโดยตรง แต่จะเน้นหนักในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เกิดการยอมรับ เกิดความเชื่อถือและศรัทธาต่อองค์กร ซึ่งจะส่งผล

ทางอ้อมในการใช้สินค้าหรือบริการต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการนำโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ทางโทรทัศน์มาใช้กับสายการบินนกแอร์ว่ามีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่ อย่างไร ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการ และผู้บริหารของสายการบินนกแอร์และสายการบินอื่นในด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตลอดจนนำผลที่ได้จากการศึกษาไปร่วมกันวางแผนการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ให้ตรงกับผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร

ในการบริหารภาพลักษณ์ องค์กรต้องรักษาภาพลักษณ์ของตนให้ดีเสมอ ดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต เอาใจใส่ต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง และมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำมาซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและสาธารณชน อีกทั้ง ในทางการตลาด สินค้าหรือบริการที่มีภาพลักษณ์ดีย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกในแง่บวก ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อหรือใช้ ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ตลอดจนการเกิดความจงรักภักดีในตราสัญลักษณ์ ทำให้องค์กรอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น การใส่ใจในการบริหารภาพลักษณ์ จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีการรับรู้ที่ดีต่อสายการบินนกแอร์มากขึ้น เนื่องจากสายการบินนกแอร์ ยังคงต้องการการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และทำการแข่งขันกับสายการบินคู่แข่งที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก

2. แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์

การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ เป็นการโฆษณาองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายหลัก เพื่อส่งเสริมองค์กรโดยรวม อาจเป็นการปรับปรุง หรือรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรให้เกิดความรู้สึกที่เป็นมิตรในสายตาสาธารณชน จนนำมาซึ่งความไว้วางใจ ความนิยม ความคุ้นเคย และความสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กร นอกจากนี้ การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ยังมีส่วนช่วยในการชักจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการได้ในระยะยาว เพราะฉะนั้น การเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร เกิดการสนับสนุน และเฝ้าติดตามพันธกิจขององค์กรอย่างต่อเนื่อง และนำมาซึ่งผลตอบแทนที่คุ้มค่าสำหรับองค์กร ดังนั้น สำหรับสายการบินนกแอร์ การใช้โฆษณาเชิงภาพลักษณ์ สามารถจูงใจให้ผู้โดยสารที่ชื่นชอบการเดินทางโดยเครื่องบินให้หันมาทดลองใช้สายการบินนกแอร์ และในกรณีที่เป็ลลูกค้าอยู่ก่อนแล้ว การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ยังช่วยตอกย้ำให้เกิดความเชื่อมั่นและเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ได้เพิ่มมากขึ้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การทำความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลพื้นฐานสำคัญให้ได้ว่า ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการซื้อ ใครเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ ใครเป็นผู้ทำการซื้อจริง และใครเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ พร้อมกับการทำความเข้าใจ ปัจจัยต่างๆ รอบด้าน หรือองค์ประกอบอะไรที่สามารถจูงใจหรือกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด เพื่อนำไปวางแผนนโยบายการสื่อสารทางการตลาด การกำหนดตัวผลิตภัณฑ์ การกำหนดช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และการใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้ง ต้องทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ประชากรมีอายุมากขึ้น สตรีทำงานนอกบ้าน มีชีวิตแบบคนกรุงมากขึ้น

และมีการสนใจที่รักษาสุขภาพดีขึ้น มีการศึกษาสูงขึ้น เป็นต้น ย่อมมีผลที่ทำให้การจูงใจมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

4. แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร

ผู้รับสารแต่ละคน มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ จิตวิทยาส่วนบุคคล และสถานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม เช่น รายได้ อาชีพ พื้นฐานครอบครัว เชื้อชาติ และสถานภาพ ทำให้การแสดงพฤติกรรม หรือพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสารนั้นแตกต่างกัน เช่น พฤติกรรมของคนวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน ความแตกต่างทางการศึกษาทำให้เกิดค่านิยมแตกต่าง สังคมทำให้นิสัยและพฤติกรรมของผู้หญิงแตกต่างไปจากผู้ชาย เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาแนวคิดนี้ทำให้ทราบถึงความแตกต่างทางค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมของคนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และตรงใจกลุ่มเป้าหมาย

5. ประวัติสายการบินนกแอร์

สายการบินนกแอร์ เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 ภายใต้ชื่อบริษัท สกายเอเชีย จำกัด จนกระทั่งวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2549 ได้มีการเปลี่ยนชื่อมาเป็น บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด โดยมี นายพาที สารสิน ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท (CEO) บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด ประกอบกิจการธุรกิจการบินราคาประหยัดทั้งภายในประเทศและภูมิภาคเอเชีย มีวิสัยทัศน์และพันธกิจ เน้นการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่แสดงออกถึง “ความเป็นมิตร” มากที่สุด ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการทำงานของสายการบิน (สายการบินนกแอร์, นกแอร์ของนกแอร์, 2554: ออนไลน์)

6. การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ของสายการบินนกแอร์

การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นในการนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรให้มากที่สุด มีการจัดทำโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ชัดเจนและไม่ซับซ้อน นอกจากนี้มีการเลือกใช้คำ สำนวนภาษาหรือวลีต่างๆอย่างเรียบง่ายและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม โดยการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ของสายการบินนกแอร์ ได้ใช้เทคนิคในการนำเสนอและองค์ประกอบของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ครบทุกด้าน เพื่อให้งานโฆษณามีความโดดเด่น และน่าสนใจ

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ (Corporate advertising) ทางโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์ และ เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการจูงใจในการตัดสินใจใช้ และพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินนกแอร์

4. วิธีการดำเนินวิจัย

4.1 กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้รับชมโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ผ่านโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์อายุระหว่าง 15 - 60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสถิติจำนวนประชากร ณ เดือน ธันวาคม 2552 ของกรมการปกครอง

กระทรวงมหาดไทย พบว่า ประชากรในช่วงอายุดังกล่าว มีจำนวนทั้งสิ้น 5,702,595 คน ทั้งนี้จากข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาในการทำวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 คน โดยใช้หลักการคำนวณของ ทาโรยามาเน (Yamane, 1967 : 886) ในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการสุ่มเลือกเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร จากทั้งหมด 50 เขต มา 10 เขต คือ เขตบางเขน เขตจตุจักร เขตดินแดง เขตธนบุรี เขตลาดพร้าว เขตคูสิต เขตบางพลัด เขตสาทร เขตพญาไท และเขตคลองเตย

2. เลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลเขตละเท่าๆ กัน คือ เขตละ 21 คน และใช้วิธีการแบ่งสัดส่วนตามเพศ โดยสุ่มเพศชาย ร้อยละ 50 และเพศหญิง ร้อยละ 50

3. เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยก่อนทำแบบสอบถาม ได้สอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการรับชมโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ผ่านโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์ ว่ากลุ่มตัวอย่างเคยรับชมรายการหรือไม่ ในกรณีที่ไมเคยรับชม ผู้วิจัยจะเปิดคลิปวิดีโองานโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ของสายการบินนกแอร์ ให้กลุ่มตัวอย่างชม ก่อนทำแบบสอบถาม

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1: คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับการจงใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยสามารถเลือกตอบได้เพียงหนึ่งตัวเลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยสามารถเลือกตอบได้เพียงหนึ่งตัวเลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 10 ข้อ

ในส่วนที่ 2 และ 3 ผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนโดยคำตอบมากที่สุดคือ 5 คะแนน และน้อยที่สุดคือ 1 คะแนนตามลำดับ สำหรับการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้แปลความหมายตามแบบของอุทุมพร จามรมาน (2537) ซึ่งกำหนดระดับค่าคะแนนเฉลี่ย คือ ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด ในขณะที่ ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 -1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4: คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ซึ่งเป็นมาตรส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยสามารถเลือกตอบได้เพียงหนึ่งตัวเลือก คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 60 ข้อ (แบ่งเป็นใช้บริการและไม่ใช้บริการอย่างละ 30 ข้อ) ในส่วนที่ 4 กรณีที่มีความประสงค์ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน โดยคำตอบเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ 5 คะแนน และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งคือ 1 คะแนนตามลำดับ สำหรับกรณีที่ไม่มีวัตถุประสงค์ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน โดยคิดคะแนนตรงกันข้ามกับกรณีที่มีความประสงค์ใช้บริการ และการแปลความหมาย ผู้วิจัยแปลความหมายตามแบบของ อุทุมพร จามรมาน (2537) เช่นกัน

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้ทดลองแจกจำนวน 20 ชุดเพื่อทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Coefficient-Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ .705 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2553)

4.3 การวิเคราะห์ทางสถิติ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการบรรยายข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่ จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายถึง ลักษณะทางประชากร การรู้จักใช้ การตัดสินใจใช้ และพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินนกแอร์ของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มสำหรับตัวแปรด้านเพศ และใช้สถิติ F-test แบบ (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มสำหรับตัวแปรด้าน อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5. สรุปผลการวิจัย

5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ทางโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์ พบว่า เทคนิคการนำเสนอประกอบไปด้วย การนำเสนอแบบมุ่งขายทางอ้อม การนำเสนอในรูปแบบการบรรยาย การนำเสนอข้อเท็จจริงโดยตรง การนำเสนอโดยใช้ผู้นำเสนอ และการนำเสนอโดยใช้อารมณ์ขัน สำหรับองค์ประกอบของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ที่โดดเด่นที่สุด คือ การใช้พนักงานภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นแอร์โฮสเตส กัปตัน และผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมาเป็นผู้นำเสนอโดยตรง อีกทั้ง งานโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ส่วนใหญ่มักเน้นการถ่ายทอดความเป็นมิตรและความอบอุ่น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีกับตัวองค์กร ผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กร มากกว่าสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว

5.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.6 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 59.5 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 73.8 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 40.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 27.1

5.3 ข้อมูลการรู้จักใช้บริการสายการบินนกแอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรู้จักใช้บริการสายการบินนกแอร์จากองค์ประกอบของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ มากกว่าเทคนิครูปแบบการนำเสนอ โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ “ผู้นำเสนอ” มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.9 ($\bar{x} = 3.71$) ต่อมาเป็น “คำพูด” คิดเป็น

ร้อยละ 40.0 ($\bar{x} = 3.68$) และการรู้จักในด้าน “คำขวัญ/สโลแกน” คิดเป็นร้อยละ 44.3 ($\bar{x} = 3.62$) ตามลำดับ

5.4 ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์จากเทคนิครูปแบบการนำเสนอของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ คือ “การนำเสนอโดยผู้นำเสนอโดยตรง” มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.6 ($\bar{x} = 3.69$) ต่อมาเป็นการตัดสินใจในด้านองค์ประกอบของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ “ผู้นำเสนอ” คิดเป็นร้อยละ 39.5 ($\bar{x} = 3.66$) ต่อมา

เป็น “เนื้อหา” คิดเป็นร้อยละ 41.4 ($\bar{x} = 3.60$) และสุดท้ายเป็น “คำขวัญหรือสโลแกน” คิดเป็นร้อยละ 41.0 ($\bar{x} = 3.58$) ตามลำดับ

5.5 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินนกแอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความประสงค์ที่จะใช้บริการสายการบินนกแอร์ คิดเป็นร้อยละ 68.6 และไม่มีมีความประสงค์ที่จะใช้บริการสายการบินนกแอร์ คิดเป็นร้อยละ 31.4 โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ของกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับแรก คือ “ภาพประกอบมีเรื่องราวที่สัมพันธ์กับตัวสินค้าและสารโฆษณา” มากที่สุด อันดับที่สองคือ “ข้อความ/ คำพูด นั้นมีความเรียบง่าย และเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย” อันดับที่สามคือ “ผู้นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถและเป็นผู้เชี่ยวชาญ” ตามลำดับ สำหรับเหตุผลที่ไม่เลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ของกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับแรก คือ “ผู้นำเสนอไม่มีความน่าเชื่อถือและไม่น่าไว้วางใจ” มากที่สุด อันดับที่สองคือ “คำขวัญ/ สโลแกน ไม่สอดคล้องกับสินค้าหรือสารโฆษณาและขาดความเหมาะสม” อันดับที่สามคือ “เนื้อหานั้นดูโอ้อวดสรรพคุณของสินค้าและบริการเกินเหตุ” ตามลำดับ

5.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการสนใจใช้บริการสายการบินนกแอร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สุดท้าย กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินนกแอร์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. อภิปรายผล

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ มีความประสงค์ที่จะใช้บริการสายการบินนกแอร์ โดยหนึ่งในหลายๆ เหตุผลที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการสนใจและการตัดสินใจใช้บริการมาจาก การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ส่งผลให้การทำงานขององค์กรขับเคลื่อนไปได้อย่างรวดเร็ว ในงานโฆษณาได้ใช้ “หลักการสร้างความเชื่อมโยง” คือ การพยายามทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีกับองค์กรให้มากที่สุด เพราะนั้น งานโฆษณาส่วนใหญ่จึงคาดหวังให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกในแง่บวกกับองค์กร โดยการใช้ดนตรีที่ไพเราะ การใช้ความบันเทิง หรือการใช้อารมณ์ขัน มาช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ชูชัย สมิทธิไกร (2554: 151) กล่าวว่า การสร้างความเชื่อมโยง เป็นการทำให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้า และการตอบสนอง ในทางการตลาดองค์กรธุรกิจจะพยายามทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ของตน โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกับสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกดี เช่น การใช้ตัวแบบที่ผู้บริโภคชื่นชอบ และเสียงเพลง เป็นต้น

การสนใจในงานโฆษณาได้ใช้วิธีการสนใจด้วยอารมณ์และเหตุผล เช่น การสนใจด้านอารมณ์ขัน การสนใจในด้านความได้เปรียบคู่แข่ง หรือการสนใจด้านราคา เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดตัดสินใจใช้บริการได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า “ไม่ควรมีโฆษณาใด ๆ ที่ใช้อารมณ์ทั้งหมดหรือใช้เหตุผลทั้งหมด โฆษณาส่วนใหญ่ควรมีเหตุผลและอารมณ์บวกกันด้วยสัดส่วนที่ไม่เท่ากันตามลักษณะของสินค้า

หรือบริการ เพราะสมอมมนุษย์นั้นมีส่วนที่ควบคุมทั้งเหตุผล และอารมณ์ ดังนั้น การทำโฆษณาจึงควรไปกระตุ้นสมองทั้งสองด้าน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการตัดสินใจต่างๆ ได้ดีขึ้น ไม่ใช่ไปกระตุ้นสมองเพียงด้านเดียว”

การทดสอบสมมติฐาน กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการสนใจใช้บริการสายการบินนกแอร์แตกต่างกัน ผลข้างต้นมีความสอดคล้องกับเรื่องการสนใจและพฤติกรรมผู้บริโภค อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การมีอายุสูงขึ้น การทำงานนอกบ้านของสตรีมากขึ้น การมีวิถีแบบคนกรุงมากขึ้น หรือการมีการศึกษาสูงขึ้น เป็นต้น ข้อมูทำให้การสนใจมีลักษณะแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสายการบินนกแอร์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัปสรศรี ม่วงคง (2552) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารลอยน้ำเรอริเวอร์ไซด์ อธิบายว่า ปัจจัยด้านบุคคล ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ สุดท้ายกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษาและรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไม่แตกต่างกัน จากงานวิจัยของ ขจรจิต บุญนาค (2542) เรื่องการประเมินประสิทธิผลโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทรีเจนซี่ประเทศไทย อธิบายว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจะมีความเกี่ยวพันสูงกับพฤติกรรม เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลในด้านที่แตกต่างกัน เช่น อายุ อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น ซึ่งผลที่ได้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

7. ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น เช่น การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะคิด เป็นต้น หรือปัจจัยอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเพิ่มเติมให้ได้ข้อมูลที่ครบครัน และช่วยให้เนื้อหาของงานวิจัยนี้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น นอกเหนือจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมโฆษณาเชิงภาพลักษณ์เพียงอย่างเดียว

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษาเฉพาะบุคคล ในหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาสละเวลาตรวจสอบ ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาตลอดจนคำแนะนำต่างๆ เพื่อนำชิ้นงานไปปรับปรุงแก้ไขตลอดระยะเวลาของการทำวิจัย และขอขอบพระคุณกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณธร ปัญญาโสภณ ที่ช่วยตรวจทานและให้คำแนะนำเพิ่มเติม ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

9. เอกสารอ้างอิง

- जरจิต บุนนาค. 2542. “การประเมินประสิทธิผลโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทรีเจนซี่บรันดิไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชนะ ภาวนันท์. 2546. “ข่าวการตลาด ธุรกิจและโฆษณา.” **การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ (CORPORATE ADVERTISING OR CO - AD)**. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.arip.co.th/businessnews.php?id=405192>
- ชูชัย สมมติไกร. 2554. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, สุนี เลิศแสวงกิจ และวินัส อัสวสิทธิถาวร. 2538. **การบริหารโฆษณาธุรกิจ**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- บริษัท สายการบินบินน็อกแอร์ จำกัด. (2554). บุคลากรของน็อกแอร์. สืบค้นวันที่ 27 มกราคม 2555, จาก http://www.nokair.com/contents/about_nokair/our_people/th-TH/index.html
- ประทุม ฤกษ์กลาง. 2553. **ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร (Communication Research Methods)**. (พิมพ์ครั้งที่ 9). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรชัย ศรีสว่าง. 2548. “ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินน็อกแอร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2540. **หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- เสกสรร สายสีต. 2542. **หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน**. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อัปสรศรี ม่วงคง. 2552. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการกิตดาการลอยน้ำเรอริเวอร์ไซด์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อารยา เครื่องคำ. 2541. “การดูรายการโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนวัดโนนทัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุทุมพร จามรมาน. 2537. **การวิจัยของครู**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Fill, C. 2002. **Marketing communication: Contexts, strategies and application**. New York, NY: Financial Time Prentice Hall.
- Yamane, T. 1967. **Statistics: An Introductory Analysis**. New York: Harper and Row Publishers.

**กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมของ
บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)**

**COMMUNICATION STRATEGY FOR THE CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY OF THE TOTAL ACCESS COMMUNICATION PLC**

นางสาวกรกช ประกอบกิจ

สาขาวิชาสาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail : korakot_pr@minor.net.com, korakotfon@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ (2) กระบวนการสร้างกลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือผู้บริหารงานด้านการสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของระดับผู้บริหารและบุคลากรภายนอกที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านการสื่อสาร และด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 ท่าน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1.1 การสื่อสารภายในองค์กร และ 1.2 การสื่อสารภายนอกองค์กร โดยการสื่อสารภายในองค์กรนั้นเน้นการใช้กลยุทธ์การบริหาร ที่แบ่งออกเป็น 3 หลัก คือ 1.1.1 การทำด้วยเทคโนโลยี 1.1.2 ทำด้วยความรู้ 1.1.3 ทำด้วยความใจ ภายใต้ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นให้มีการประชุมประจำปีเพื่อแจ้งถึงข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมต่างๆของบริษัทให้พนักงานทุกคนทั้งในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการในองค์กรได้รับทราบ และในขณะเดียวกัน 1.2 การสื่อสารภายนอกองค์กรโดยเน้นการใช้กลยุทธ์ที่มีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไปตามบทบาท หรือตามกิจกรรมนั้นๆเป็นตัวกำหนดในการสื่อสารเพื่อให้กิจกรรมด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ให้เติบโตไปได้อย่างรวดเร็วและสามารถเข้าไปถึงจุดต่างๆ ที่ต้องการ ด้วยความเชื่อในกฎธรรมชาติของมนุษย์ เน้นพื้นฐานจากปัจจัยสี่ ความพอดีของสิ่งที่ต้องการและการสนองตอบด้วยเหตุผล มีกรอบของความสุข และความดีที่สมดุลยั่งยืน (2) กระบวนการสร้างกลยุทธ์เพื่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยผู้บริหารระดับนโยบายได้เน้นการนำความชำนาญทางธุรกิจมารวมกันเป็นกลยุทธ์ และส่งนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติลงสู่ระดับปฏิบัติการให้ดำเนินการ โดยตรงทำให้พนักงานเป็นผู้แทนของงานแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในหน่วยงานของตนเอง ส่งเสริมให้พนักงานร่วมกิจกรรม

อาสาสมัคร กิจกรรมทางสังคมอื่นๆที่จัดขึ้น และภายนอกองค์กร เพื่อกระจายไปยังผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ไปยังลูกค้า และไปยังผู้เข้ารับบริการจากบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร ความรับผิดชอบต่อสังคม

ABSTRACT

The objective of this study is to Communication Strategy for the Corporate Social Responsibility of the Total Access Communication PLC in terms of: (1) Communication strategy for the Corporate Social Responsibility (CSR) (2) Study to the corporate social responsibility strategy

The qualitative data for this qualitative study were obtained through in-depth interview, in accordance with interview guideline, experience in communication and the Social Responsibility (CSR) from 3 purposively selected. An descriptive analytic was used for data analysis.

Results were: (1) Communication strategy for the Social Responsibility of the Total Access Communication PLC. Can be divided into two parts: 1) Organizational communication 2) To communicate outside the organization. It will focus on below the line communication is the communication within the organization to identify the information. The activities of all employees, both executive and operational level in the organization has been known. External communication is different from the role. Or activities that will determine the communication. (2) The strategy for the Social Responsibility (CSR) of the Total Access Communication PLC. The management policy or guidelines to ensure the implementation level. The campaign staffs are representative of CSR in their own work. Encourage employees to volunteer. The outside the organization distribution to the stakeholders of the organization and to partners the service from DTAC.

KEYWORDS : Communication Strategy Social Responsibility (CSR)

บทนำ

หากกล่าวถึงโลกทางธุรกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าทางวัตถุอย่างรวดเร็ว และแต่ละองค์กรมีการแข่งขันกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต และการบริการเพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยอาศัยเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าและทันสมัย เพื่อสร้างผลกำไรสูงสุดให้แก่องค์กร อาจกล่าวได้ว่าองค์กรประสบความสำเร็จแค่หลายภาคส่วนรอบข้างได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาล้างแฉอด ปัญหามลภาวะ ปัญหาความเสื่อมโทรม การเปลี่ยนแปลงทางด้านภูมิอากาศจนขยายวงกว้างไปสู่ภาวะโลกร้อน เป็นต้น จากสภาพปัญหาดังกล่าว ส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นและสูญเสียความน่าเชื่อถือไปในที่สุด ด้วยเหตุนี้ จากกระแสที่เกิดขึ้น ในหลายประเทศ เริ่มต้นด้วยทิศทางใหม่ๆ ในการในการพัฒนา จนเกิดแนวคิดที่เรียกว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) กล่าวคือ นอกจากจะมีความใส่ใจในธุรกิจความเติบโตขององค์กรแล้ว ยังให้ความสำคัญในเรื่อง

สิ่งแวดล้อม และประเด็นต่างๆที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่มุ่งเน้นแต่การเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว โดยไม่สนใจต่อปัญหาที่เกิดขึ้น

เมื่อองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการและหวังผลประโยชน์ต่อสังคม หรือมีความคาดหวังเพิ่มให้องค์กรมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว องค์กรจึงต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไป การแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อความก้าวหน้าของธุรกิจขององค์กร ไปถึงยังจุดหมายจึงมีความจำเป็นเพื่อสร้าง ความยั่งยืนให้เกิดต่อองค์กร หรือสร้างความน่าเชื่อถือว่าองค์กรไม่เบียดเบียน หรือไม่มีการกินอะไรให้สังคม ไม่มีความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม จึงทำให้หลายๆองค์กรเริ่มหันมาให้ความสนใจ ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนและเป็นส่วนหนึ่งในการรับผิดชอบต่อสังคม เป็นผู้ช่วยเหลือให้กับสังคมในด้านต่างๆ ต่อทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียต่อสังคม เพื่อให้ผู้บริโภคมีความตระหนักรู้ถึงภาพลักษณ์ที่ดีออกไปสู่สายตาของผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สังคมโดยรอบรู้สึกดีในภาพลักษณ์เชิงบวก หรืออาจจะเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่าง รวมทั้งสร้างให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรทำให้เกิดการครองใจผู้บริโภคได้ และความสำคัญของความสำเร็จที่ยั่งยืน (Sustainability) ของธุรกิจไม่ได้มาจากการทำอะไรให้ได้มากที่สุด ขายของให้ได้มากที่สุดหรือแม้กระทั่งการมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากที่สุด หากแต่เป็นผลมาจากการดำเนินธุรกิจที่มีคุณธรรมจริยธรรม และรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งแนวคิดนี้แตกต่างไปจากแนวคิดแบบดั้งเดิม ที่มุ่งเน้นไปที่ตัวผลิตภัณฑ์และการบริการตามความต้องการของสังคมเพื่อสร้างผลกำไรให้แก่เจ้าของและผู้ถือหุ้น โดยมองข้ามความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมรวมถึงพนักงานของบริษัท สังคม และสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ (ประจิต หาว์ตร และศรัณย์ ชูเกียรติ, 2547)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างกลยุทธ์ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาการกำหนดกลยุทธ์ และกลวิธีการวางแผนการดำเนินงาน ขั้นตอนการดำเนินงาน การประเมินผล ปัญหาและข้อเสนอแนะในการสื่อสาร เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยศึกษารวบรวมแนวทางการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงสื่อสารโครงการต่างๆขององค์กรต่อไป ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือกลุ่มพนักงานสำนักกักบ้านเกิด ของบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 13 คน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้บริหารงานด้านการสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ ระดับผู้บริหาร คือ ผู้อำนวยการสำนักกักบ้านเกิด บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร และ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการแสดงความรับผิดชอบต่องาน แหล่งข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และการสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่องาน ได้แก่ รายงานประจำปีในการดำเนินงานเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่องานของโทเทิล แอ็คเซ็สฯ เว็บไซต์ รวมถึงเอกสาร สิ่งพิมพ์ที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆเช่น เอกสารเผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์ บทความที่เผยแพร่ผ่านทางหนังสือพิมพ์ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2552 – กันยายน 2553 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ผลการวิจัย

1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่องานของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น

จำกัด (มหาชน)

1.1 กลยุทธ์การสื่อสารไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากการที่บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรขนาดใหญ่ ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 800MHz และ 1800MHz โดยได้รับสัมปทานจากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ถือเป็นบริษัทสื่อสารโทรคมนาคมที่ประชาชนจะจึ่งเลือกใช้บริการ ทุกเมื่อที่ต้องการสื่อสารถึงกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในการดำเนินธุรกิจและในชีวิตประจำวัน เพื่อให้เป็นบริษัทสื่อสารโทรคมนาคมชั้นนำระดับโลก เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค และนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการบริการที่ดีที่สุด เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้อย่างฉับไว สร้างบรรยากาศการทำงานที่เปิดโอกาสเต็มที่ให้พนักงานได้แสดงความสามารถ และเติบโต รวมถึง ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับผลการปฏิบัติงาน สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ซึ่งยึดการทำการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ของแต่ละกิจกรรมที่ได้วางแผนไว้ เพื่อสื่อสารให้ทุกกลุ่มทราบอย่างต่อเนื่อง เพื่อรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นที่รับทราบเช่น ลูกค้า ผู้ถือหุ้น หรือนักลงทุน และพนักงานตั้งแต่ระดับบริหารไปจนถึงระดับปฏิบัติการ เพื่อเป็นการให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นปัญหาที่สำคัญ หรือเพื่อเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีแก่ได้ดำเนินการ

1.2 กลยุทธ์การกำหนดประเด็นสำคัญ

ในขณะเดียวกันใช้กลยุทธ์การสื่อสารกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของดีแทค ไปยังแต่ละกลุ่มที่จะสื่อสารไปนั้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการศึกษา ทำความเข้าใจ การวางแผน และกำหนดวิธีการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลของแต่ละกลุ่มที่จะสื่อสารเป็นอย่างดี เช่น การริเริ่มโครงการ สาธารณประโยชน์บางกิจกรรม ดีแทคพิจารณาจากวัตถุประสงค์และลักษณะของกิจกรรมก่อน หลังจากนั้นจึงทำการเลือก ว่าต้องการสื่อสารไปผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่ม ซึ่งจากการศึกษาพบว่าดีแทคมีการทำการสื่อสารที่กว้างไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยมีการใช้สื่อที่มีความหลากหลาย ในการสื่อสารแต่ละโครงการ ของดีแทค นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อรณรงค์ให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญของการตอบแทนคืนให้กับสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม

1.3 กลยุทธ์การใช้สื่อ

กลยุทธ์การสื่อสารของดีแทคที่มีการสื่อสารออกไปในวงกว้างผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ จัดทำคู่มือ ตลอดจนการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อคิดเห็นกับองค์กรโดยที่ไม่

แสวงหาผลกำไร อีกทั้งเชิญนักข่าว เพื่อเป็นการขยายข่าวสารไปให้เป็นวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว โดยดีแทคยังให้ความสำคัญในการสื่อสารมากที่สุดไปยังกลุ่มที่รู้จัก ดีแทคน้อยที่สุด รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์และการรับรู้ในเชิงรุกกับกลุ่มผู้นำทางความคิดด้วย

2. กระบวนการสร้างกลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

2.1 กระบวนการการสร้างกลยุทธ์ภายในองค์กร

การดำเนินธุรกิจของแต่ละธุรกิจนับวันยังมีการแข่งขันกันสูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการแข่งขันในทั้งระบบเศรษฐกิจทั้งในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีมากขึ้นตลอดจนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ที่ต้องการเห็นองค์กรแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยไม่หวังผลกำไร หรือการค้อยอดในธุรกิจ เพียงแต่มองเห็นการเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมพัฒนาให้มีการขับเคลื่อนไปพร้อมๆ กับการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม และจริยธรรมถือเป็นการตอบแทนสังคมไม่ว่าจะทางตรง หรือทางอ้อม เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในธุรกิจที่ดำเนินอยู่ได้อย่างยั่งยืน

2.2 กระบวนการการสร้างกลยุทธ์ภายนอกองค์กร

สำหรับประชาชนทั่วไป มีแผนแม่บทเพื่อการเดินในแนวทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยภาพพจน์ที่น่ารัก เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และสามารถเป็นเพื่อนที่ดีกับทุกคนได้ ภายใต้การวัดผลที่เป็นรูปธรรม ดีแทคมีพื้นฐานที่ดี เช่น สถานีวิทยุร่วมด้วยช่วยกัน Happy Station และมูลนิธิสำนักกรักบ้านเกิดจัดทำกิจกรรม “ดีแทคทำดีด้วยใจ เพื่อความสุขและรอยยิ้มของเด็กไทย” ให้การผ่าตัดฟรีแก่เด็กปากแหว่งเพดานโหว่ นิ้วติดกัน หรือนิ้วเกิน จำนวน 84 ราย ถวาย เป็นพระราชกุศลแด่สมเด็จพระพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา พร้อมเชิญชวนให้ลูกค้าดีแทค ร่วมทำบุญทำความดีร่วมกันให้เกิดเป็นกระแสบุญเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่สมเด็จพระพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา โดยลูกค้าดีแทค ที่ต้องการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมทำความดีนี้ สามารถทำได้ด้วยวิธีการง่ายๆ เพียงส่งข้อความให้กำลังใจแก่เด็กที่จะได้รับการผ่าตัดทาง SMS หมายเลข 1677 โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น หรือโครงการสำนักกรักบ้านเกิด ซึ่งมีกิจกรรมที่ทำเพื่อสังคมมาโดยตลอด CSR เป็นสิ่งสำคัญที่ยึดเหนี่ยวให้คนรอบกายอยู่ได้ บริษัทอยู่ได้ สังคมอยู่ได้ ประเทศชาติอยู่ได้ โลกอยู่ได้ ปัญหาจะไม่เกิด เพราะทุกคนช่วยกันแก้ไข เช่น ปัญหาโลกร้อน ปัญหาเด็กยากไร้ ทุกอย่างต้องช่วยกันแก้ไข รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ จะดำเนินไปได้ ต้องทำให้ตัวเรา และสังคมอยู่ร่วมกันได้กลายเป็น ชุมชน ประเทศ และโลก

2.3 กิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

กิจกรรมมีหลายมิติ ทั้ง ด้านสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ปัญหาความยากจน การพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้งกิจกรรมครบวงจรหรือแม้เพียงจุดเล็กๆ เช่น การบริจาคก็เป็น CSR ได้เช่นเดียวกัน แต่ถ้าจะให้ได้ผลดีควรมีลักษณะยั่งยืนและเหมาะสมกับกลุ่มชน ไม่ใช่ทำกิจกรรมครั้งเดียวหายไป วัดและประเมินผลไม่ได้ แต่ต้องมีแรงตอบรับกลับมาและมีการพัฒนาต่อไป โดยยึดจากรากฐานที่มั่นคงมาเป็นกรอบนโยบาย คือ โครงการ ทำดีทุกวัน โดยยึดรูปแบบของการทำความดีใน 3 แนวทาง ประกอบด้วย ทำดีด้วยเทคโนโลยี ทำดีด้วยความรู้ และทำดีด้วยใจ นอกจากนี้ดีแทคยังมีกิจกรรมเพื่อสังคมอื่นๆ อีกหลากหลายกิจกรรมภายใต้แนวทางดังกล่าว โดยมุ่งมั่นที่จะทำดีทุกวัน ด้วยความเชื่อในความสุขที่ยั่งยืนจากการทำความดี

โดยสรุปกล่าวได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของดีแทคมีความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กรเป็นอย่างดี และด้วยการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความหลากหลายและครบถ้วนในทุกมิติ ทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไร และเติบโตอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยในเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ใช้การอภิปรายตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จึงสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) 2) กระบวนการสร้างกลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1.1 การสื่อสารภายในองค์กร

โดยการสื่อสารภายในองค์กรจะถูกกำหนดไว้โดยนโยบายจากผู้บริหาร ให้มุ่งเน้นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ผสมเข้ากับการดำเนินธุรกิจ โดยการผนวกเข้าไปอยู่ในวิสัยทัศน์ของบริษัท ซึ่งพนักงานและผู้บริหารของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ทุกคนต้องยึดถือเป็นหลักในการทำงาน เพื่อให้มีความรับผิดชอบในกระบวนการผลิต เพื่อสร้างคุณค่าของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดำเนินการดำเนินธุรกิจให้ได้มากขึ้น (CSR in process) เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และครอบคลุมกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการการวางแผนนโยบายและการดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้เกิดการกระตุ้นจากพนักงานภายในออกไปสู่ภายนอก

1.2 การสื่อสารภายนอกองค์กร

ในการสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) นั้นเริ่มพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร และลักษณะของกิจกรรมก่อน หลังจากนั้นจึงทำการเลือกว่าต้องการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดเป็นหลักและเลือกสื่อที่เหมาะสมควบคู่กันไป จากการศึกษาพบว่า บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) มีการทำสื่อสารที่กว้างและครอบคลุมทุกประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมไปยังทุกกลุ่มที่มีส่วนได้เสีย โดยมีการใช้สื่อที่มีความหลากหลายและจำเพาะเจาะจงในประเด็นต่างๆ ในขณะที่ Ze'ghal และ Ahmed (1990) เสนอว่าการเลือกสื่อที่จะใช้ในการเปิดเผยข้อมูลเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรต้องการสื่อสาร ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการผลิตและการกระจายการสื่อสาร ทั้งยังทำให้องค์กรสามารถสื่อสารประเด็นต่างๆ ได้อย่างเชิงลึกไปยังกลุ่มเป้าหมาย ที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

2. กระบวนการสร้างกลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่ถือเรื่องการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นสิ่งสำคัญโดยยึดถือพันธกิจ 3 แนวทาง ประกอบด้วย ทำดีด้วยเทคโนโลยี ทำดีด้วยความรู้ และทำดีด้วยใจ

ประกอบมาเป็นโครงการทำดีทุกวัน โดยมุ่งเน้นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมช่วยเหลือการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี เพื่อเป็นการยกระดับชีวิต และยังเน้นในเรื่องมาตรฐานการให้บริการ และประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการที่สูงสุดของผู้บริโภค ดังนั้นทำให้มองได้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นถือเป็น พันธะสัญญาที่องค์กรจะต้องมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อ รวมถึงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนช่วยเหลือ และสามารถใช้ทรัพยากรของบริษัทได้ด้วยความสนใจจากทุกคนในองค์กร แต่ไม่ได้จะเป็นแค่ทรัพยากรในองค์กรเท่านั้น รวมไปถึงองค์กรภาคีที่เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือ พัฒนาสังคมให้เป็นวงกว้างมากได้เร็วขึ้น เพื่อการพัฒนาที่ทั่วถึงจะทำให้การพัฒนาได้เข้าถึงไปอย่างทั่วถึงในทุกที่ เพื่อให้สังคมมีความอยู่ดีกินดี และสภาพแวดล้อมโดยรวมของคนในสังคมมีการพัฒนาด้านความรู้ และเทคโนโลยีเข้าถึงในทุกที่

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ใช้การอภิปรายตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จึงสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) 2) กระบวนการสร้างกลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งการวิจัยในเรื่องของกลยุทธ์ของสารสื่อสารในเชิงการดำเนินการที่ยังยืนยงมีไม่มาก ดังนั้นจึงมีหลายประเด็นสำหรับการวิจัยในอนาคตที่สามารถศึกษาเพิ่มได้อีก เช่น 1) ผู้บริหารควรมีแนวทางการให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เพื่อเป็นตัวอย่างให้กลุ่มธุรกิจขนาดกลางที่อยากจะทำ CSR ให้เป็นแบบอย่างได้ในอนาคต 2) ควรมีการผสมผสานความคิดเกี่ยวกับด้าน CSR และริเริ่มกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อสังคมต่อไป เพราะในแต่ละเวลาที่ผ่านไปบางกิจกรรมอาจจะไม่เหมาะกับยุคสมัย 3) ควรมีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดการสร้างกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง เพื่อการมองแต่ละมิติภายนอกกว่าสังคมต้องการพัฒนาในส่วนใดเพิ่มเติม ซึ่งสามารถเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้ทราบถึงมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมเพื่อสังคมให้มีความสร้างสรรค์ และผลที่ได้นั้นจะเป็นการช่วยพัฒนาสังคมในระยะยาวที่มีความยั่งยืนอีกด้วย

จากผลการวิจัยนี้ควรมีการทำเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group interview) ควรเพิ่มการสัมภาษณ์เพิ่มเติมในส่วนขอระดับปฏิบัติการของดีแทคให้เป็นประชากรในการศึกษา เพื่อได้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานตามนโยบายที่ได้จากระดับผู้บริหาร นำสิ่งที่ได้รับจากระดับปฏิบัติการมาปรับเพื่อให้ได้รับสิ่งที่ป็นต้นแบบการทำ CSR ที่มีการทำอย่างยั่งยืน ดังนั้นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของดีแทค น่าจะเป็นอีกหนึ่งต้นแบบของกรณีศึกษาที่เป็นประโยชน์กับองค์กรอื่นๆ ในการนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปประยุกต์ให้เข้ากับองค์กรของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรที่คิดว่าจะเริ่มแต่ยังไม่ได้เริ่มเป็นตัวอย่าง และเป็นแนวทางในการวางรากฐานในการดำเนินอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นการตอบแทนสังคมอย่างทั่วถึงและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

บริษัททิปาลของเครือซิเมนต์ไทย 2551 วันที่เข้าถึงข้อมูล 24 ธันวาคม 2552, แหล่งที่มา

http://www.scg.co.th/th/01corporate_profile/07_corporate_government.html.

รายงานประจำปีบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). 2553 บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

สำนึกรักบ้านเกิด. Multiplier ความดีของ DTAC. 2553. บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ประจิต หาว์ตร และศรัณย์ ชูเกียรติ. 2547. บทบาทที่ทวีความสำคัญของจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

ของธุรกิจในการค้าโลก. Retrieved December 14, 2008, from <http://www.mbachula.org/CD-MBA-23-1-47/articles/01/01-Prachit-Sarun.pdf>.

ประมว สดะเวทิน. 2537: 7. นิเทศศาสตร์กับสังคม. กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. 2550. เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม : **Corporate Social Responsibility Guideline**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 24 ธันวาคม 2551. แหล่งที่มา <http://www.csri.or.th>.

ชีเอสอาร์คืออะไร. 2551. สถาบันไทยพัฒน์. วันที่เข้าถึงข้อมูล 24 ธันวาคม 2551. แหล่งที่มา

<http://thaicsr.blogspot.com>.

เสรี วงษ์มณฑา. 2550. วิธีสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อ. **ประชาชาติธุรกิจ**. 37-38.

APCO.2004. Communication CSR: Talking to people who listen. Retrieved February 2, 2009, from

<http://www.apcoworldwide.com>

Branco, M. C. & Rodriques, L. L. 2006. Communication of corporate social responsibility by portuguese

banks: A legitimacy theory perspective. **Corporate Communications: An International Journal**, 11(3), 232-248.

Birth, G., Illia, L., Lurati, F., & Zamparini, A. 2008. Communication CSR: practices among Switzerland's top 300 companies. **Corporate Communications: An International Journal**, 13(2), 182-196.

Capriotti, P. & Moreno, A. 2007. Communicating corporate responsibility through corporate web sites in Spain.

Calandro, T. & Onoda, J. 2008. **The internal evangelist: Building support for CSR within Global organizations. Leader perspective**. Retrieved February 9, 2009, from www.bsr.org

Clark, A.2000. They're talking about you: some thoughts about managing online commentary affectin corporate reputation. **Journal of Communication Management**, 5(3), 262-276.

CSR Europe. 2000b, Communicating corporate social responsibility. Retrieved February 9,2009, from

www.csreurope.org. **Corporate Communications: An International Journal**, 12(3), 221-237.

Dawkins J. 2004. Corporate responsibility: The communication challenge. **Journal of Communication Management**, 9(2), 108-119.

Dawkins, J. & Lewis, S. 2003. CSR in stakeholder expectations: And their implication for company strategy.

Journal of Business Ethics, 44, 185-193

Deegan, C. & Gordon, B. 1996. A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations.

The Accounting Review, 26(3), 187-199.

Deegan, C. & Rankin, M. 1999. The environmental reporting expectations gap: Australian Evidence.

The British Accounting Review, 31(3), 313-346.

Hockerts, K. & Morsing, L. 2004. Communicating corporate responsibility to investors: The changing role of the investor relation function. **Journal of Business Ethics**, 52, 85-98.

Holme, L. & Watt, P. 2000. **Corporate social responsibility: Making good business sense**. Retrived February 9, 2009, from <http://www.wbcsd.org>.

Jacob, J. & Kyner, D.B. 1973. Brand loyalty versus repeat purchase behavior. **Journal of Business Ethics**, 27, 55-68.

Keller, K. L. 1993. Conceptualizing, measuring and managing customer based brand equity. **Journal of Marketing**, 57(1), 1-22.

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ศิลปินลูกทุ่ง: กรณีศึกษา เดวิด อินธี
THE CONSTRUCTION PROCESS OF FOLK ARTIST IDENTITY:
A CASE STUDY OF DAVID INTEE

วรัณพร โรจนชนบูรณ

นักศึกษานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : varamporn@hotmail.com

ชุติมา เกศดาญรัตน์

อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) อัตลักษณ์ของศิลปิน เดวิด อินธี (2) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของเดวิด อินธี ผ่านการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผลการวิจัยพบว่า (1) อัตลักษณ์ของเดวิด อินธีมี 2 ส่วนคือ 1. ตัวตน ซึ่งประกอบด้วย ตัวตนในอดีต และปัจจุบัน 2. ความแตกต่างจากผู้อื่น (2) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของเดวิด อินธี ผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ สามารถสะท้อนผ่านองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 3 มิติ คือ รูปลักษณ์ภายนอก และ ภาษา อีกทั้ง อัตลักษณ์ เดวิด อินธี เกิดจากการประกอบสร้างของอัตลักษณ์ในโลกของความเป็นจริง ซึ่งประกอบสร้างจาก 4 มิติ คือ อัตลักษณ์ทางเพศ อัตลักษณ์ทางสถานภาพทางสังคม อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ และ อัตลักษณ์ทางรูปแบบการใช้ชีวิต

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ การปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ เพลงลูกทุ่ง

Abstract

This study is a qualitative research method. The objective of this study aimed at examining the identity of folk artists, David Intee and the construction procedure of the identity through a process of symbolic interaction. To collect the data an in-depth interview was used. To analyze the data was used finding indicates that the construction process of (1) identity of David Intee can be categorized into two dimensions: 1) his identity in the past and the present 2) the differences from the others. (2) for construction process of identity of David Intee through symbolic interaction reflected through the various elements which comprise three dimensions: the appearance and the language; and the construction procedure of David Intee's identity can be categorized into four dimensions: Sexual, social status, the personality and life style .

KEYWORDS: Identity, symbolic interaction, folk song

1. บทนำ

ปัจจุบันการสื่อสาร (Communication) มีบทบาทสำคัญต่อมนุษย์ในสังคม เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กัน สร้างความเข้าใจร่วมกัน และที่สำคัญ การสื่อสารยังช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมอันดีงามให้แก่คนในสังคม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่หลากหลาย โดยสิ่งที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารของมนุษย์คือ ภาษา ด้วยเหตุที่สัญลักษณ์ดังกล่าวนี้จะเปรียบเสมือนตัวกลางที่จะทำให้คนในชาติและชาวต่างชาติไม่ว่าจะบริบทใดๆ ก็ตามให้มีวัฒนธรรมที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่จะสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ (Identity) ทางด้านต่างๆ ได้

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นเรื่องของ “ฉัน” (I) และ “พวกเรา” (us) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ชีวิต อุดมการณ์ สำนึก กฎเกณฑ์ พิธีกรรม กิจกรรม ฯลฯ ที่ทำให้ “ฉัน” (I) และ “พวกเรา” (Us) แตกต่างไปจาก “คนอื่น” (Other) และ “พวกเขา (Them) (กาญจนา แก้วเทพ, 2544) อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคม เมื่อตกผลึกแล้วอาจจะมีบางสิ่งที่ปรับเปลี่ยนหรือแม้แต่เปลี่ยนแปลงรูปแบบไป อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลักด้วย

เพราะฉะนั้น อัตลักษณ์ (Identity) จะเป็นสิ่งที่นำมาใช้เพื่อกำหนดขอบเขตว่าคนในชาติต่างๆ นั้น เป็นอย่างไร มีความเหมือนหรือแตกต่างจากชนชาติอื่นๆ อย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, อ้างใน สมสุข หินวิมาน, 2554 : 429) โดยอัตลักษณ์นั้นจะสามารถแสดงให้เห็นเป็นรูปธรรมได้จะต้องอาศัยการสื่อสารผ่านวิธีการที่หลากหลายประการ อาทิ ภาษา บทเพลง เป็นต้น ซึ่งความสำคัญดังกล่าวทำให้ภาษาได้ถูกนำมาใช้เพื่อแสดงบทบาทหน้าที่ที่สำคัญเพื่อกำหนดตัวตนหรืออัตลักษณ์ให้มีความชัดเจน

ภาษา ถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่ใช้ในการปฏิสัมพันธ์กันเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันสำหรับคนในกลุ่มเดียวกัน และยังเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคนแต่ละคน ผ่านทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านบทเพลงไทยลูกทุ่ง ที่ถือได้ว่าเป็นวรรณกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของคนไทยได้อย่างชัดเจน เนื่องจากบทเพลงไทยลูกทุ่งเป็นบทเพลงที่ประพันธ์ขึ้นมาเพื่อต้องการนำเสนอความบันเทิงให้คนในสังคมไทยให้เกิดความเพลิดเพลินและรื่นรมย์ ด้วยการใช้ถ้อยคำหรือภาษาที่ร้อยเรียงกัน เพื่อสร้างอารมณ์ให้แก่ผู้ฟังมาอย่างยาวนาน (สมยศ สิงห์คำ, 2534)

จากการที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ และพูดคุยกับ เดวิด อินธี ในเบื้องต้นทำให้ทราบว่า เดวิด อินธี เป็นศิลปินลูกครึ่งไทย – อเมริกัน ที่เกิดและเติบโตที่จังหวัด นครพนม ทำให้เขาได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทย การแต่งกาย และวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทยแถบภาคอีสานเป็นอย่างดี จนเกิดการซึมซับมาตั้งแต่ยังเด็กผ่านการสังเกตจากคนรอบข้างแล้วนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบุคลิกของตนเอง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เขาเป็นคนที่รักในถิ่นกำเนิด และรักในความเป็นคนชนบท สิ่งที่เขาสามารถสะท้อนตัวตนของเขาผ่านมายังบทเพลงลูกทุ่งที่เขาขับร้องได้เป็นอย่างดีด้วยเนื้อเพลง ภาษาที่ใช้แล้วแต่แสดงถึงความเป็นคนถิ่นอีสาน

ดังนั้นผู้วิจัย จึงเกิดความสนใจและเห็นความสำคัญของอัตลักษณ์บุคคลที่เกิดจากกระบวนการสร้างความหมายตัวตนและศึกษากระบวนการ สร้างอัตลักษณ์ ผ่านการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเด่นทางภาษา เพื่อหาคำตอบว่า อัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี ที่เกิดจากการให้นิยามตัวตนและอัตลักษณ์ที่เกิดจากการใช้สัญลักษณ์ว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์หาตัวตนผ่านเพลงไทยลูกทุ่ง

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity)
2. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction)
3. ประวัติของ เดวิด อินธี
4. แนวคิดเพลงไทยลูกทุ่ง

1. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity)

อัตลักษณ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ของตัวตนของมนุษย์เรา (Images of oneself) ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Social Interaction) และเป็นการเข้าใจตนเองและบุคคลอื่นในสังคมตลอดชั่วชีวิตของเรา (จุฬาพรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต, 2551)

ประเภทของอัตลักษณ์

เราสามารถแบ่งประเภทของอัตลักษณ์ได้ 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์ระดับปัจเจกบุคคล และอัตลักษณ์ระดับสังคม ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. อัตลักษณ์ปัจเจกบุคคล หมายถึง ความรู้สึกถึงการเป็นตัวตนของตนเอง การมองตนเองในมุมต่างๆ หรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (Self Concept) ในฐานะสมาชิกหนึ่งของสังคม เช่น เพศ เชื้อชาติ ชนชั้น อาชีพ เป็นต้น ซึ่งบุคคลหนึ่งๆ อาจมีได้หลายอัตลักษณ์ขึ้นอยู่กับกลุ่มสังคมที่เราอาศัยอยู่

มโนทัศน์เกี่ยวกับตนเอง เป็นผลรวมของการรับรู้ ผลรวมของแนวคิดที่มีต่อตนเอง และภาพความเป็นตัวตนของบุคคลนั้น ซึ่งหากเรารับรู้และเข้าใจความเป็นตัวตนของเราชัดเจนขึ้นเท่ากับว่าเรามีแนวคิดเกี่ยวกับตนเองชัดเจนขึ้นด้วย ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารของบุคคลนั้น และยังเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนด หรือบ่งชี้ถึงความสามารถในการพัฒนาและการธำรงรักษาความสัมพันธ์ที่ยาวนานของบุคคลได้ด้วยเช่นกัน (กมลวรรณ พันพื้ง, 2553 : 40)

2. อัตลักษณ์ทางสังคม หมายถึง บทบาทของตัวเราที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ซึ่งอัตลักษณ์ทางสังคมได้มีการเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ปัจเจกบุคคล ว่าเป็นส่วนหนึ่งของ “การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง” ซึ่งเกิดจากการตระหนักรู้ของสมาชิกในกลุ่มสังคม หรือกลุ่มใดก็ตาม ที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญเชิงอารมณ์ ที่เรามีต่อสมาชิกภาพนั้น (เมตตา วิวัฒนานุกูล, 2548)

เมตตา วิวัฒนานุกูล (2548) กล่าวว่า คนจะสามารถพัฒนาภาพพจน์ของตนเองจากสมาชิกภาพได้ 2 ทาง โดยการส่งเสริมอัตลักษณ์กลุ่มพวกเรา หรือ ส่งเสริมอัตลักษณ์เฉพาะตัวของพวกเรา ซึ่งอัตลักษณ์ทางสังคมของเรา คือ องค์ประกอบสำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดทัศนคติที่มีต่อตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้มาจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคม

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในส่วนของการสร้างอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลนั้น จึงเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนปรากฏขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดชีวิต คนเราในทุกช่วงอายุจึงสามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะสำคัญและความเป็นตัวตนได้ ซึ่งหลักการสำคัญของการสร้างและพัฒนาความเป็นตัวตนในแต่ละช่วงอายุนั้นจึงมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารในบริบททางสังคมต่างๆ ที่แต่ละคนอาศัยอยู่ทั้งสิ้น

2. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction)

ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ เป็นทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ ที่อธิบายเกี่ยวกับวิถีชีวิต พฤติกรรมของบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลในสังคม ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีประเภทจุลภาค (Micro) เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับมนุษย์แต่ละคน ดังนั้นจึงเป็นทฤษฎีที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสังคมมนุษย์ (จิตใจ ตัวตน หรืออัตตา และบุคลิกภาพ) ที่มีความสมบูรณ์ (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551)

มีด (Mead, 2008 อ้างใน สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551 : 167-181) ซึ่งได้กล่าวถึงทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ไว้ว่า เป็นการกระทำระหว่างกันทางสัญลักษณ์ ที่เกิดจากการเชื่อมโยงทางความคิดเรื่องจิตของมนุษย์ อุตตามนุษย์และโครงสร้างของสังคมเข้ากับกระบวนการกระทำระหว่างกันทางสังคม ดังนั้นจิตของมนุษย์เป็นกระบวนการที่ไม่ใช่โครงสร้าง ความคิดเรื่องการฝึกซ้อมในใจเป็นความคิดที่สำคัญที่อธิบายการเกิดขึ้นของกลุ่มที่เป็นระเบียบ (Organized Group) และดำรงอยู่ได้ของกลุ่มนั้น ดังนั้นถ้าไม่มีจิตอัตตากับสังคมก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ Mead เชื่อว่าจิตเป็นผลผลิตทางสังคม (Social Product) คือไม่ได้มีมาตั้งแต่กำเนิด แต่จิตเกิดจากที่มนุษย์มีความสัมพันธ์กับตนเอง ซึ่งมีความสามารถในการพูดคุยโต้ตอบกับตนเองก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมใดออกไป จิต เป็นหัวใจที่สำคัญที่สุดสำหรับชีวิตมนุษย์ทั้งนี้เพราะ จิต มีบทบาทในการกระทำทุกอย่างของเรา

จิตหรือประสบการณ์สำนึกส่วนตัว

มีด (Mead, 1993 อ้างใน West & Tuner, 2010 : 92-93) ได้เชื่อมโยง จิต (Mind) ตัวตน (Self) และสังคม (Society) ว่า จิต มีความสามารถในการใช้สัญลักษณ์ และเชื่อว่ามนุษย์จะพัฒนาจิตผ่านการกระทำร่วมกันกับผู้อื่น ยกตัวอย่างเช่น เด็กทารก จะไม่สามารถที่จะปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ จริง จนกระทั่งเขาได้เรียนรู้ “ภาษา” หรือได้สร้างระบบของคำพูดหรือสัญลักษณ์แทนคำพูดขึ้นในการแสดงความรู้สึกของเขา ซึ่งภาษานั้นคือการสร้างสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึงผู้อื่นที่ทำให้เข้าใจและสนองตอบกับเราได้

ตัวตนหรือความเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง

มีด (Mead, 2009 อ้างใน สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551) ได้กล่าวถึง Self (อัตตา) ไว้ว่า มนุษย์สามารถให้ความหมายกับสิ่งต่างๆและบุคคลในสภาพแวดล้อมได้แล้ว เขาสามารถให้ความหมายกับตัวเขาเองได้ การตีความของทำทางต่างๆ จึงช่วยให้เกิดการประสานของมนุษย์ด้วยกัน และสามารถนำมาใช้ประเมินผลตนเองได้ การประเมินผลตนเองขึ้นอยู่กับ จิต กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้ “ภาพตนเอง” (Self Image) จากสายตาของคนอื่นที่สัมพันธ์กับตนเอง ภาพนี้จะฝังลึกลงในจิตใจจนกลายเป็นความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Conception) ที่เปรียบเสมือนเป็นวัตถุหนึ่งที่มีความสม่ำเสมอ

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม

Society (สังคม) เป็นการกระทำระหว่างกันของบุคคลที่จัดระเบียบแล้ว และมีแบบแผนมากขึ้น ซึ่งเกิดขึ้นเพราะจิต เพราะเป็นการยึดถือบทบาททำให้บุคคลสามารถควบคุมการโต้ตอบของตัวเองได้ ทั้งนี้เพราะบุคคลมีความสามารถในการสวมบทบาทของผู้อื่น สังคมยังต้องขึ้นอยู่กับอัตตา (Self) ด้วย เพราะอัตตาเกิดจากความสามารถของบุคคลในการสวมบทบาทของคนทั่วไป (Generalized other) ดังนั้นจิตและอัตตาทำให้สังคมมีความเคลื่อนไหว คือ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาด้วยการแทรกบทบาทและเลือกบทบาทหรือแนวทางปฏิบัติ ทำให้บุคคลสามารถปรับตัวได้ตลอดเวลาที่มีการโต้ตอบกับผู้อื่น (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551)

3. ประวัติของ เดวิด อินธี

เดวิด อินธี เป็นชื่อจริงนามสกุลจริง เป็นลูกครึ่งอเมริกันไทย คุณพ่อเป็นอเมริกันรับราชการทหาร แม่เป็นคนไทย เป็นแม่บ้านธรรมดา เดวิดมีพี่น้อง 5 คน เขาเป็นน้องคนสุดท้อง เขาเกิดที่จังหวัดนครพนม และใช้ชีวิตอยู่ที่นครพนม ตั้งแต่เด็ก จนกระทั่งเรียนจบชั้นมัธยม เดวิด อินธีเกิดในครอบครัวชาวนาธรรมดาทั่วไป ไม่ได้ร่ำรวยอะไรมาก พอมีพอกิน ไม่ลำบาก ใช้ชีวิตในวัยเด็กแบบเด็กชนบท เด็กบ้านนอกโดยทั่วไป วิ่งเล่นตามท้องไร่ ท้องนา ช่วยกันทำไร่ ไถนา เกี่ยวข้าวทุกคนต้องช่วยกันทำงาน ดูแลตัวเอง และนี่เป็นแรงผลักดันให้เดวิด อินธีเข้ามากรุงเทพมหานครจนเขาได้รับฉายาว่า “หน้าฝรั่ง หัวใจไทย” คนนี้ ในวงการเพลงลูกทุ่งเพื่อชีวิต นับว่าจัดอยู่ในอันดับต้นๆเลยก็ว่าได้ ด้วยบุคลิกที่เรียบง่าย แต่แฝงความขี้เล่น สนุกสนาน และเป็นกันเอง ตอนเด็ก เดวิด อินธี เติบโตมากับเสียงเพลง ที่บรรดาคุณน้าคุณอา ร้องเพลงติดกลอง เป่าแคนเป่าขลุ่ย เล่นกีตาร์เห็นเขาเล่นกันก็ชอบฟัง เท่านั้น รวมทั้งได้ฟังเพลงตอนไปทำไร่ทำสวน ที่เขาจะนำวิทยุไปเปิดฟังกัน (เดวิด อินธี, 2552)

ต่อมาตอน เดวิด อินธี อายุได้ประมาณ 4 ขวบ ทางสหรัฐมีคำสั่งให้ทหารกลับไปประจำการที่ดั้งเดิม ทำให้ โรนัลด์ อี ยัง ผู้ซึ่งเป็นบิดา ต้องเดินทางกลับประเทศ โดยพยายามชักชวนนางสมิตกับเดวิดไปสหรัฐด้วย แต่นางสมิตตอบปฏิเสธเพราะไม่อยากทิ้งลูกสาวอีก 2 คนที่เกิดกับสามีเก่าไว้ตามลำพัง จึงทำให้เดวิด อินธีกับพ่อต้องจากกันนับแต่นั้น

“ผมมีพี่น้อง 5 คน ผมเป็นน้องคนสุดท้อง ชีวิตวัยเด็กผมเหมือนเด็กชาวนาทั่วไป ปลูกดินเล่นโคลนตามท้องไร่ท้องนา ไปช่วยกันทำไร่ไถนา คำนานเกี่ยวข้าว ขี่ควาย ฐานะทางบ้านไม่ใช่ครอบครัวมั่งคั่ง ทุกคนต้องช่วยทำงาน ต้องดูแลตัวเอง พี่สาวแต่ละคนก็ทำงานแต่เด็ก แต่ว่าผมโชคดีที่ได้ทุนจากองค์การเพิร์ลเอสแบ็คช่วยเหลือเด็กลูกครึ่งอเมริกันในเรื่องการเล่าเรียน ด้วยความที่ใบหน้าที่ผมเป็นฝรั่งผมมักจะโดนล้อบ่อย ตอนเด็ก โกรธมาก เข้าชอบมาล้อว่าฝรั่งจุกโต ตาน้ำข้าว เราก็น้อยใจและไม่เข้าใจว่าทำไมเราเกิดมาไม่เหมือนคนอื่นเค้า เลยทะเลาะกับคนรอบข้างบ่อย” (เดวิด อินธี, 2552)

4. แนวคิดเพลงไทยลูกทุ่ง

ความหมายของเพลงไทยลูกทุ่ง

เพลงไทยลูกทุ่งเป็นเพลงที่ปรากฏให้เห็นอย่างทั่วไปในสังคมไทย เพราะมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนไทย ที่ประกอบอาชีพอยู่ในสังคมเกษตรกรรม และเข้าสู่สังคมเมือง เพลงไทยลูกทุ่งมีการบันทึกเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ เหตุการณ์ในยุคสมัยนั้น ดังนั้น เพลงไทยลูกทุ่ง หมายถึง เป็นวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของไทยที่สืบเนื่องมาจากเพลงพื้นบ้านที่ใช้ร้องกันตามชนบท เพลงไทยลูกทุ่งเป็นเพลงที่ใช้ภาษาเรียบง่ายตรงไปตรงมา ไม่สลับซับซ้อน บทเพลงส่วนใหญ่สะท้อนสภาพสังคม ความเป็นอยู่ วัฒนธรรมไทย และวิถีชีวิตของคนไทย (ศิริพร กรอบทอง, 2547) มีผู้เชี่ยวชาญให้คำจำกัดความของเพลงไทยลูกทุ่งไว้ดังนี้

(พูนพิศ อดิตยกุล, 2532 อ้างใน พรณราย คำโสภา, 2549 : 49) ได้กล่าวถึง เพลงไทยลูกทุ่งว่า เป็นบทเพลงที่ได้จากการประสมประสานของเพลงแบบต่างๆหลายแบบรวมกัน ได้แก่ เพลงพื้นบ้าน เพลงไทยเดิม เพลงชีวิต และเพลงไทยสากล เพลงลูกทุ่งมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวคือ

1. ร้อยเนื้อหนึ่งทำนอง คือ คำร้องของเพลงจะมีเนื้อหาสาระที่แตกต่างกันออกไป แต่จังหวะและทำนองจะเป็นแนวเดียวกัน

2. บรรยายถึงวิถีการดำเนินชีวิตของคนชนบท

3. ให้มีความสำคัญกับเสียงนักร้องและคำร้องมากกว่าเสียงดนตรี
4. นักร้องเพลงลูกทุ่ง คือ นักร้องที่มีเสียงดี ร้องเต็มเสียงใช้เสียงแท้
5. ใช้สำนวนลีลาที่ตรงไปตรงมาอย่างชาวบ้าน จึงคล้ายเพลงพื้นบ้านมาก
6. ใช้แสงสี เครื่องแต่งกายและผู้ประกอบฉากจำนวนมาก ทำให้เกิดภาพที่ตระการตา

จากคำกล่าวข้างต้นพอสรุปใจความสำคัญของเพลงไทยลูกทุ่งได้ว่า เพลงไทยลูกทุ่งเป็นเพลงที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมในแต่ละยุคสมัย วิถีชีวิต สภาพสังคม มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา ไม่สลับซับซ้อน มีการร้องการบรรเลงที่มีลักษณะเฉพาะบ่งบอกถึงวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ และแสดงออกถึงความเป็นชาติไทย นอกจากนั้นเพลงไทยลูกทุ่งในปัจจุบันยังมีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อเอาใจตลาด และธุรกิจเพลง

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของศิลปิน เดวิด อินธี
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี ผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์

4. วิธีการดำเนินวิจัย

1. กรณศึกษา

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ เดวิด อินธี เนื่องจากการศึกษาเฉพาะกรณีโดยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้ตัวบุคคลเพื่อหาข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองและผู้อื่นในสังคม และนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ว่าเดวิด อินธีมีอัตลักษณ์อย่างไร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย 2 ส่วนดังต่อไปนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์ เดวิด อินธี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดแบบลึกซึ้ง คือ ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถแสดงข้อมูลและความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ให้ทราบถึงอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี ผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ โดยผู้วิจัยจะใช้ทั้งเทปบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูปและสมุดโน้ตประกอบการเก็บข้อมูล

2. เก็บข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ทางนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของ เดวิด อินธี เพื่อศึกษาถึงข้อความและลักษณะการสื่อสารที่บอกถึงตัวตนและอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

มีวิธีการดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ติดต่อสัมภาษณ์ไปที่บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ และทำคานนัดหมายเพื่อที่จะได้เข้าไปสังเกต พูดคุยกับ เดวิด อินธี ซึ่งได้มีโอกาสเข้าไปสัมภาษณ์ 2 ครั้งเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น และ สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เพิ่มเติมในบางประเด็นที่ยังไม่ชัดเจน

2. เอกสารที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลจากบทสัมภาษณ์จากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ของเดวิด อินธีจากค่ายเพลงรศไพดนตรีซึ่งเป็นค่ายเดิมที่เดวิด อินธีเคยเป็นนักร้อง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาถึงข้อความ

และลักษณะการสื่อสารที่บอกถึงตัวตนและอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี โดยการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2550 – เมษายน 2555

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อวิเคราะห์และตีความ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

ขั้นตอนการเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) โดยที่ผู้วิจัยได้เตรียมคำถามสัมภาษณ์ก่อนที่จะเข้าไปทำการสัมภาษณ์

2. การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทเนื้อหา ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ เดวิด อินธี ว่าสามารถสะท้อนความหมายของตัวตนและอัตลักษณ์อย่างไร และมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ผ่านการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์อย่างไร เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี ผ่านทางข้อความและรูปภาพที่ใช้ประกอบในนิตยสารและหนังสือพิมพ์โดย มีการใส่รหัส (coding)

5. ขั้นตอนการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการเก็บข้อมูลจากบทสัมภาษณ์จากทางนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของการสื่อสารความเป็นตัวตนของ เดวิด อินธี มาทำการลงรหัสและบันทึกเนื้อหาที่ปรากฏ (Coding) ให้กับคำ กลุ่มคำ วลี ประโยคต่างๆ ที่สะท้อน ความหมายของตัวตน อัตลักษณ์และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี ผ่านการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์รวมถึงตีความความหมายของเนื้อหาที่ปรากฏ

ในการลงรหัส ผู้วิจัยได้เอาข้อมูลที่ได้อีกทั้งหมดมาใส่ใน Coding Sheet แล้วจึงจัดคำ กลุ่มคำ วลี ประโยคต่างๆ ที่เลือกสะท้อน ความหมายของตัวตน อัตลักษณ์และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของเดวิด อินธี ผ่านการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ เพื่อทำดัชนีข้อมูล เพื่อจัดหมวดหมู่ แล้วนำมาเรียบเรียงข้อมูลที่เหมือนกันให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน (Dimension) หลังจากนั้นจึงตั้งชื่อ (Theme) ที่สามารถสะท้อนลักษณะของข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มทุกข้อมูลขึ้นมาใหม่ โดยในแต่ละกลุ่ม (Theme) นั้นอาจมีกลุ่มย่อย (Sub-Theme) มากกว่าหนึ่งชื่อ

5. สรุปผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์ของเดวิด อินธี

อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการมองตัวเองว่าฉันคือใคร แตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร โดยเป็นการมองตัวเองในแง่บวก ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ 1) ตัวตนของเดวิด อินธี ในอดีต และในปัจจุบัน 2) ความแตกต่างจากผู้อื่น

1) ตัวตนของเดวิด อินธี

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกทำให้ทราบว่า เดวิด อินธี มีความตระหนักถึงตัวตนอย่างชัดเจนซึ่งในส่วนของตัวเองสามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ส่วน คือ ตัวตนของเดวิด อินธีในอดีต และตัวตนในปัจจุบันของเดวิด อินธี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1.1 ตัวตนในอดีต

ตัวตนในอดีตของ เดวิด อินธี ผ่านมุมมองของตนเองที่เกิดจากการซึมซับความเป็นไทยเข้าไปในตัวเองได้โดยไม่รู้ตัว ซึ่งเหมือนการหว่านเมล็ดพืชและบังเอิญเมล็ดพืชนั้นถูกเพาะขึ้นมาพบความสมบูรณ์ของพื้นดิน จึงเปรียบเสมือนการเก็บเกี่ยวจากประสบการณ์จริงมาเพื่อสะท้อนสิ่งต่างๆ เหล่านี้ และเป็นการบ่งบอกถึงตัวตนของเดวิด อินธี ได้อย่างดี เพราะการที่ได้อยู่ในชนบทจึงได้เรียนรู้ ภาษา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ มาตั้งแต่ยังเด็ก พบว่า ตนเองมีการตระหนักรู้ถึงตนเองในวัยเด็กว่าเป็นคนรักดนตรี ชอบดนตรี มีพื้นฐานทางด้านดนตรี อยากเล่นดนตรี และก็ได้ตระหนักรู้ว่าตนเองเป็นคนมีพื้นฐานครอบครัวที่ดี เป็นเด็กที่ไม่เอาเปรียบพี่น้อง ไม่เคยเกี่ยวข้องกับยาเสพติด ไม่เคยกระทำความเดือดร้อนให้คนอื่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ เดวิด อินธี ได้นำมาใช้ในการดำเนินชีวิตตนเองตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

1.2 ตัวตนในปัจจุบัน

ตัวตนในอดีตของ เดวิด อินธี ที่เกิดและเติบโตในเมืองไทย ชีวิตความเป็นอยู่อยู่กับคนไทย ดังนั้นเขาจึงทราบขนบธรรมเนียมประเพณีไทย วัฒนธรรมไทย และภาษาไทยได้เป็นอย่างดี จึงส่งผลถึงปัจจุบันนี้ ซึ่งแสดงออกว่าเขาเป็นคนที่มีความรักในบ้านเกิดเมืองนอน รักความเป็นชนบท จึงส่งผลให้เขามีความอดทน ความตั้งใจ มุ่งมั่น ไม่ท้อถอย การเป็นตัวของตัวเองทำให้ทุกวันนี้เดวิด อินธี ประสบความสำเร็จ เป็นที่ชื่นชอบและแฟนเพลงให้การตอบรับอย่างดี

2) ความแตกต่างจากผู้อื่น

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกทำให้ทราบว่า คุณสมบัติในตัวของเดวิด อินธี มีหลักการดำเนินชีวิตคือ นำความชอบ ความสามารถ มาเป็นเส้นทางสำหรับทำมาหากินทำทุกอย่างด้วยความตั้งใจ อดทนแล้ว โอกาสจะมาหาเรา ลบคำดูถูกจากคนทั่วไป ทำให้ตัวเองมีความสุขที่สุด ความแตกต่างของเดวิด อินธี จากผู้อื่นในแนวคิดในการทำงานมองว่าทุกวันนี้วงการลูกทุ่งเปิดกว้างมากขึ้น มีสื่อนำเสนอมากขึ้น มองว่างานได้พัฒนาไปตามยุคตามสมัยมากกว่า ไม่ใช่ของเก่าต้องดีตลอด ถ้าของเก่าไม่พัฒนา มันก็ไม่ดี

จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์หรือตัวตนจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลและสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านอารมณ์ความรู้สึก ความคิดของคนที่มีจะเปลี่ยนแปลงไปตามโลกรอบตัวที่ผูกมัดโยงใยเราอยู่ ดังนั้นอัตลักษณ์ของเดวิด อินธี จึงเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทรอบข้าง ตามสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่อยู่รอบตัวด้วยอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกด้านอื่นๆ

2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของเดวิด อินธี ผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์

จากการสัมภาษณ์ พบว่า เดวิด อินธี มีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของเพลงไทยลูกทุ่งโดยผ่านขั้นตอน ดังนี้

1. รูปลักษณ์ภายนอก

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของเดวิด อินธี รูปลักษณ์ภายนอกที่บุคคลทั่วไปเห็นได้ชัดที่สุดคือ ลักษณะการแต่งกาย การแต่งกายเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์อย่างหนึ่ง โดยการสร้างผ่านการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ ซึ่งจะแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคล ทำให้เราทราบถึงตัวตนของบุคคลนั้น

อัตลักษณ์ คือ คุณลักษณะที่มีอยู่ในคนเป็นสิ่งที่ระบุความเป็นตัวตน เป็นสำนึกของแต่ละบุคคลว่าตนเองคือใคร มีความเหมือนและแตกต่างจากคนอื่นในด้านใด และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจากการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ของเดวิด อินธีมีดังนี้

2. ภาษา

ในด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร มีทั้งภาษาพูดและภาษาท่าทาง โดยภาษาที่เดวิดใช้ในการสื่อสารผ่านบทเพลง จะเป็นภาษาถิ่นอีสาน เป็นคำที่ใช้ในบทเพลงไทยลูกทุ่ง ที่ใช้เพื่อให้คนในกลุ่มวัฒนธรรมเดียวกันสามารถเข้าใจ นอกจากภาษาพูดแล้ว ภาษาท่าทางยังเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารด้วย ซึ่งเนื้อเพลงคือ ภาษาพูด ภาษาท่าทาง และภาษาเขียน ที่สะท้อนความเป็นตัวตนภายในของ เดวิด อินธี ได้ดีที่สุดอย่างหนึ่ง คือ เนื้อเพลง ซึ่งเป็นการแสดงจุดยืนความเป็นตัวเองลงไปเพลง เนื้อเพลงจะเกี่ยวข้องกับความรัก มีกลิ่นอายของความเป็นลูกทุ่งชนบท และเนื้อเพลงมีภาษาที่สวยงาม ฟังง่าย

การประกอบสร้างของอัตลักษณ์ในโลกของความเป็นจริง

2.1 อัตลักษณ์ทางเพศ หมายถึง การตระหนักรู้ด้านเพศของตนและมีการแสดงออกซึ่งบทบาทความเป็นตัวตนทางเพศของเดวิด อินธี ว่าตนเองเป็นเพศใด จากการได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า อัตลักษณ์ทางเพศของเดวิด อินธี เป็นเพศชาย สามารถสังเกตเห็นจากทางกายภาพ ซึ่งพบว่าเดวิด อินธี มีการแต่งกายที่แสดงออกถึงความเป็นชาย รวมถึงวิธีการพูดซึ่งแทนตัวเองว่า “ผม” และการลงท้ายด้วยคำว่า “ครับ” เสมอ อีกทั้งการเป็นคนที่ความแข็งแรง อุดม มีความเป็นผู้ร่า

2.2 อัตลักษณ์ทางสถานภาพทางสังคม อัตลักษณ์ทางสถานภาพทางสังคมของเดวิด อินธี ประกอบไปด้วย อัตลักษณ์ทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพทางการศึกษา สถานภาพทางภูมิภานา และ อัตลักษณ์ทางความสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว

2.2.1 สถานภาพทางการศึกษา

สถานภาพทางการศึกษา หมายถึง การแสดงออกทางสถานะการศึกษาของเดวิด อินธี ปรากฏในการสัมภาษณ์อย่างละเอียดว่า ตนเอง เรียนตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงระดับมัธยมศึกษาที่จังหวัดนครพนม และระดับมหาวิทยาลัยที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2.2.2 สถานภาพทางภูมิภานา

สถานภาพทางภูมิภานา หมายถึง การที่ เดวิด อินธี ตระหนักว่าตนเองเป็นคนภูมิภานาใด ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า เดวิด อินธี มีพื้นเพเป็นคนต่างจังหวัด เกิดและเติบโตที่จังหวัดนครพนม

2.2.3 สถานภาพทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคม

สถานภาพทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นการแสดงออกถึงความสัมพันธ์ของเดวิด อินธี กับกลุ่มต่างๆในสังคม พบว่า สถานภาพทางสังคมด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวปรากฏเด่นชัดจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ว่าเป็นคนรักครอบครัว ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน

2.3 อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ

อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ คือ การที่ เดวิด อินธี แสดงออกว่าตนเองมีบุคลิกภาพอย่างไร อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพของเดวิด อินธี พบว่า เป็นคนมีบุคลิกอารมณ์ขัน ใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย และเป็นกันเอง คนในสังคมมองเดวิด อินธี ว่าเป็นลูกครึ่งที่ขับร้องเพลงไทยลูกทุ่งได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นภาษา คนตรี และภาพที่แสดงถึงบุคลิกภาพของตัวเดวิด อินธีที่ใช้ในการขับร้องล้วนแล้วแต่เปรียบเสมือนคนไทยคนหนึ่ง

2.4 อัตลักษณ์ทางรูปแบบการใช้ชีวิต

อัตลักษณ์ทางรูปแบบการใช้ชีวิต คือ เป็นความชอบและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของเดวิด อินธี ซึ่งมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การกินอยู่ ฟังเพลง เข้าห้องอัดเสียง จากข้อมูลทั้งหมดสรุปได้ว่าอัตลักษณ์ของเดวิด อินธี ประกอบสร้างจาก 4 มิติได้ดังนี้ 1) อัตลักษณ์ทางเพศ 2) อัตลักษณ์ทางสถานภาพทางสังคม 3) อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ และ 4) อัตลักษณ์ทางรูปแบบการใช้ชีวิต

6. อภิปรายผล

นอกจากบทสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้กล่าวถึงไปแล้วข้างต้น ผู้วิจัยพบว่ามีข้อสังเกตที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. การรับรู้อัตลักษณ์ของตนเอง

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า อัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี ประกอบสร้างจาก 4 มิติ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ทางเพศ 2) อัตลักษณ์ทางสถานภาพทางสังคม 3) อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ 4) อัตลักษณ์ทางรูปแบบการใช้ชีวิต

การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (Self Concept) ของเดวิด อินธีนั้น ส่วนหนึ่งได้ถูกสร้างขึ้นจากอิทธิพลทางสังคม และผสมผสานระหว่างประสบการณ์ในอดีต สิ่งที่เขาเจอในปัจจุบัน และมองตัวเองในอนาคต ส่งผลให้เกิดการแสดงออกถึงอัตลักษณ์และตัวตนผ่านการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์กับผู้อื่น ผ่านการแต่งกาย การแสดงออกภาษาที่ใช้ เนื้อเพลงที่ร้องในเพลงไทยลูกทุ่ง เป็นต้น ซึ่งได้สอดคล้องกับการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (Self concept) โดย (โสวรรณ คงสวัสดิ์, 2545) ได้อธิบายไว้ว่า การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง หมายถึง ความคิด ความรู้สึก และทัศนคติที่สลับซับซ้อนทั้งหมดที่คนแต่ละคนมีต่อตนเอง ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ในแง่กายภาพ อารมณ์ สังคม และความฉลาดเกี่ยวกับตัวเรา

2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของเดวิด อินธี ผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์

จากผลการวิจัย ในส่วนของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี จะมีลักษณะเป็นกระบวนการซึ่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ดังกล่าวนี้ได้แบ่งเป็น รูปสัญลักษณ์ภายนอก และภาษาที่สะท้อนผ่านในเนื้อเพลง ที่มีภาษาที่สวยงาม สามารถเข้าใจได้ง่าย และเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน เพราะบทเพลงเป็นสัญลักษณ์หนึ่งที่ใช้สื่อความหมาย มีกระบวนการคิดในการแปลความหมาย เป็นสิ่งที่มีความหมายร่วมกันในสังคม และใช้ในการสื่อสารหรือปฏิสัมพันธ์กันในสังคม เช่น ภาษา วิถีชีวิต และการแต่งกาย เป็นต้น ที่ซึ่งสะท้อนไปถึงอัตลักษณ์ของผู้ขับร้อง สอดคล้องกับทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ ของ (George Herbert Mead อ้างใน สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551) ที่ได้เชื่อมโยง จิต (Mind) ตัวตน (Self) และสังคม (Society) ที่เชื่อว่า จิต มีความสามารถในการใช้สัญลักษณ์ และเชื่อนานุษย์จะพัฒนาจิตผ่านการกระทำร่วมกันกับผู้อื่น ในส่วนของ Self (อัตตา) Mead กล่าวว่ามนุษย์สามารถให้ความหมายกับสิ่งต่างๆและบุคคลในสภาพแวดล้อมได้แล้ว เขาสามารถให้ความหมายกับตัวเองได้ การตีความของทำทางต่างๆจึงช่วยให้เกิดการประสานของมนุษย์ด้วยกัน และ Society (สังคม) เป็นการกระทำระหว่างกันของบุคคลที่จัดระเบียบแล้ว และมีแบบแผนมากขึ้น ซึ่งเกิดขึ้นเพราะจิต เพราะเป็นการยึดถือบทบาททำให้บุคคลสามารถควบคุมการโต้ตอบของตัวเองได้

3. อัตลักษณ์ตามแนวคิดโพสโมเดิร์น

จากผลการวิจัยของอัตลักษณ์ เดวิด อินธี นั้นได้มีการเปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ การแต่งกาย และสไตลิ่งของภาษา

ด้านการแต่งกายของนักร้องลูกทุ่งคนอื่นๆจะมีการแต่งกายเป็นแบบที่สะท้อนความเป็นไทย ที่ซึ่งแตกต่างจาก เดวิด อินธี คือ จะใส่เสื้อยืด กางเกงยีนส์ รองเท้าผ้าใบ หรือบางครั้งก็อาจจะใส่เสื้อหม้อห้อมบ้างตามแต่โอกาส ทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนไปเพื่อให้เข้ากับยุคสมัย แต่แก่นแท้ของอัตลักษณ์ของความเป็นลูกทุ่งยังคงอยู่

ด้านสไตลิ่งภาษา ยังคงมีกลิ่นอายของการเป็นเพลงไทยลูกทุ่งอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาษาถิ่นอีสาน สอดแทรกเข้าไปในบทเพลง เพื่อต้องการนำเสนอความเป็นลูกทุ่งอีสานของ เดวิด อินธี แต่ต่อมาด้านอิทธิพลจากสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ในบางบทเพลงอาจจะมีการใช้ภาษาที่ทันสมัย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี ได้สอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ในยุคโพสโมเดิร์นของ Stuart Hall (1997) ที่กล่าวถึง อัตลักษณ์หรือตัวตนในมุมมองยุคโพสโมเดิร์นไว้ว่า ในยุคนี้เชื่อว่าอัตลักษณ์จะไม่มีกำหนดที่แน่นอนตายตัว กลุ่มโพสโมเดิร์นเชื่อว่าอัตลักษณ์มีหลากหลายรูปแบบจะถูกนำมาใช้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน แต่จะมีความเหมาะสมกับความต้องการของสังคม คนที่อยู่ในยุคนี้จะเป็นการสร้างสมอัตลักษณ์ที่หลากหลายและยากที่จะหลอมรวมให้กลมกลืนกับตัวตนดั้งเดิมของตน

7. ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของ เดวิด อินธี ในเพลงไทยลูกทุ่งเท่านั้น ถ้ามีการศึกษาถึงอัตลักษณ์ของศิลปินท่านอื่นในเพลงไทยสากลก็必将มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพราะกระบวนการอัตลักษณ์ของเพลงไทยสากลนั้นอาจมีความแตกต่างจากเพลงไทยลูกทุ่งซึ่งทำให้การประกอบสร้างความเป็นจริงมีความแตกต่างกันอีกด้วย

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษาเฉพาะบุคคล ในหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมบัณฑิต ซึ่งผู้เขียนขอขอบพระคุณ ดร.สุติมา เกศดาบุรรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาใช้เวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดระยะเวลาของการทำวิจัยด้วยดีเสมอมา และขอขอบพระคุณกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ สุภคิลก ที่ให้คำแนะนำและแนวคิดต่างๆ เพื่อปรับปรุงให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนผู้ให้ข้อมูลในการขอสัมภาษณ์คุณ เดวิด อินธี ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

9. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. 2544. การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: เอดิสัน เพรสโปรดักส์.

กมลวรรณ พันพื้ง. 2553. อัตลักษณ์ การเสริมพลังอำนาจ และการกำหนดวิถีชีวิตตนเอง: การดำรงชีวิตอิสระของศิลปินในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุฑาพรรษ์ (งามจรี) ผดุงชีวิต. 2551. **วัฒนธรรม การสื่อสาร และอัตลักษณ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แอ็คทีฟ พริน.

เดวิด อินธี. 2552. **บันทึกฝรั่งหัวใจไทย**. กรุงเทพฯ: รถไฟดนตรี.

พรรณราย คำโสภา. 2549. คุณรู้จักเพลงลูกทุ่งหรือยัง. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 11(1), 49.

เมตตา วิวัฒนานุกูล. 2548. **การสื่อสารต่างวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณภา ศรีธัญรัตน์. 2540. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์: การประยุกต์ใช้. **วารสารคณะพยาบาลศาสตร์**. 20(3-4), 1-8.

ศิริพร กรอบทอง. 2547. **วิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้า.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2551. **ทฤษฎีสังคมวิทยา: เนื้อหาและแนวการใช้เบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 13).

กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมยศ สิงห์คำ. 2534. **กึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทย ภาค 2**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์ พรินต์ติ้ง กรุ๊ป.

ไธวรรณ คงสวัสดิ์. 2545. **การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชนสถานสงเคราะห์เด็กหญิงบ้านราชวิถี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสังคมศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมสุข หินวิมาน. 2553. **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา**. (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

Hall, Stuart. 1997. **Modernity : An introduction to modern societies**. 1 st ed. Malden, MA. : Blackwell:

Richard West & Lynn H. Turner. 2010. **Introducing communication theory**. McGraw Hill Company.

วิเคราะห์เนื้อหา รูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอสารในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ :

กรณีศึกษาคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood”

ANALYSIS METHOD OF COMMUNICATION FOR CRISIS MANAGEMENT

: A CAST STUDY OF ROOSUFLOOD VIDEO CLIP

พชรมน ธรรมประสิทธิ์

นักศึกษานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารในภาวะวิกฤติ : กรณีศึกษาคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood” มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเนื้อหาที่นำเสนอข้อมูล รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วม โดยทำการเก็บข้อมูลโดยตรงจากคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood” และทำการลงรหัสหรือบันทึกข้อมูลในตาราง Coding sheet เพื่อทำดัชนีข้อมูลและจัดหมวดหมู่ในการวิเคราะห์ตามประเด็นหรือเนื้อหาสารที่ต้องการและเพื่อตอบวัตถุประสงค์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาสรุปผลการศึกษาในรูปแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. เนื้อหาสารของคลิปวิดีโอออนไลน์ “รู้สู้ Flood” พบว่า เป็นสารประเภทข้อเท็จจริงที่อธิบายเกี่ยวกับบุคคล สัตว์ สิ่งของและเหตุการณ์และวัตถุประสงค์การสื่อสารของเนื้อหาในภาวะวิกฤติน้ำท่วมของคลิปวิดีโอออนไลน์ “รู้สู้ Flood” คือ 1) เพื่อให้ความรู้ 2) เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ รวมไปถึงองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารในภาวะวิกฤติน้ำท่วมของคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood” นั้น ผู้วิจัยพบว่ามี 5 ประการคือ 1) ใคร (Who) 2) สื่อสารอะไร (Says What) 3) สื่อสารผ่านสื่อใด (In Which Channel) 4) สื่อสารไปยังใคร (To Whom) และ 5) ด้วยผลอย่างไร (With What Effect)

2. รูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาสารของคลิปวิดีโอออนไลน์ “รู้สู้ Flood” เป็นลักษณะคลิปวิดีโออินโฟกราฟิก ภาพเคลื่อนไหวอนิเมชัน โดยมีเสียงภายในคลิปวิดีโออยู่สองประเภทคือ เสียงบรรยาย และเสียงดนตรี และมีการใช้ข้อความหรือตัวอักษร (Text) ประกอบการบรรยายเนื้อหาสาร และปรากฏข้อความตัวอักษรเป็นชื่อหัวเรื่อง และในส่วนรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดทำคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood” และผู้รับสารเป็นไปในแบบการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)

3. เทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood” ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การเลือกนำเสนอสารแบบเพียงด้านเดียว (One-Side Message) 2) กลยุทธ์การเลือกใช้สารเชิงอารมณ์ (Emotional) และ 3) กลยุทธ์การจัดลำดับสาร

คำสำคัญ : คลิปวิดีโอออนไลน์ ภาวะวิกฤติน้ำท่วม อินเทอร์เน็ต กลยุทธ์การสร้างสาร กลยุทธ์การจัดลำดับสาร

ABSTRACT

The study of "Analysis Method of communication for crisis management: A case study of Roo-Su-Flood video clip," the purpose is to study the current content, style, and presentation in the flood crisis. The video appeared on the Internet video "Roo-Su-Flood" and the format and presentation of data in the flood crisis. The video appeared on the Internet video "Roo-Su-Flood". This study is a qualitative research method, analyzes the content which were collected directly from the video "Roo-Su-Flood" and the code or data in Coding sheet for indexing and classification and make the analysis followed these issues, content and objectives. Then the researcher make the conclusion from all results as a Descriptive Analysis by arrange the issues following the research proposed. The results showed that

1. Content of the video online "Roo-Su-Flood" described the facts about people, animals, objects and events. The objective from Flooding crisis shown in this video online, "Roo-Su-Flood" need to present as follows: 1. Teach the knowledge 2. Attitude Changing. Main structures

for create a knowledge from a Flooding Crisis in video "Roo-Su-Flood", the researchers found that they contained in 5 major reasons 1) Who 2) Says What 3) Communicate via any media (In Which Channel) 4) Communicate to whom and 5) With What Effect.

2. Form of presentation of the video online "Roo-Su-Flood" is a infographic clip video or animation clip video. There are two types of the audio video content, narration and music, also use of the information or text in explanation the content. The text is also used as the subject.

5. The relationship between a Producer of video, "Roo-Su-Flood" and the Audience are the Two-Way Communication.

6. The Technical in presentations of the Flooding Crisis through video clips on Internet video, "Roo-Su-Flood" are as follows 1. Strategy to select the compound with only one side as we call "One-Side Message" 2. Strategy to use the Emotional Statement 3. Strategic in priority substances.

KEYWORDS: Clip Video Online, Floods crisis, Internet, Strategy of message design

1. บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารหรือยุคสังคมสารสนเทศมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโลกของการสื่อสารเป็นอย่างมาก นวัตกรรมทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งคอมพิวเตอร์ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการสื่อสารระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรือสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์หลายด้าน ดังนั้นรูปแบบการสื่อสารจึงถูกพัฒนาขึ้นโดยการนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ในปัจจุบัน มีแหล่งข่าวสารและมีเครื่องมือการใช้งานที่มีประสิทธิภาพจำนวนมาก สำหรับการสืบค้น คือ World Wide Web (WWW) ซึ่งถือว่าเป็น

สื่อกลางที่มีบทบาทสำคัญที่สุด ที่ทำให้การใช้งานทางอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมและแพร่หลายออกไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว (ศรีหญิง ศรีรักษา, 2544)

จากเหตุการณ์ภัยพิบัติอุทกภัยในปี 2554 ของประเทศไทยเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ สื่อมวลชนจึงกลายเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่คอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นอกจากนั้นสื่ออินเทอร์เน็ตก็เข้ามามีบทบาทสำคัญในเรื่องของการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่ให้ความรวดเร็วและมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารแบบทันทีทันใด จึงทำให้ผู้คนต่างหันมาสนใจและเข้ามาสืบค้นข้อมูลเป็นจำนวนมาก รวมถึงการส่งต่อข้อมูลต่างๆจากบุคคลถึงบุคคล องค์กรถึงสาธารณะชน และกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันเป็นอาสาสมัครเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับน้ำท่วม อย่างกลุ่มอาสาสมัครรู้สู้ flood ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่นำทีมการผลิตโดย นายรัชชัช แสงธรรมชัย ผู้รวบรวมกลุ่มอาสาสมัครในแวดวงเอ็นเอ็มเอ็นมาทำสื่อเพื่ออธิบายและปฏิบัติตัวอย่างรู้เท่าทันเรื่องน้ำท่วมจนได้รับความแพร่หลายจนเป็นที่รู้จักของผู้ใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และได้รับความสนใจจากสื่อต่างประเทศอย่างสำนักงานข่าววอลล์สตรีทเจอร์นัล (<http://www.manager.co.th>, 2554) เนื่องจากการสื่อสารในรูปแบบของคลิปวิดีโอแอนิเมชันของทีมงานรู้สู้ flood เป็นการนำเสนอที่เข้าใจง่ายแก่ผู้รับชม โดยเฉพาะในส่วนของข้อมูลที่มีความเข้าใจยากเช่นการคำนวณปริมาณน้ำ หรือสาเหตุของน้ำท่วมหรือข้อมูลสถิติต่างๆ ที่ทางรัฐบาลหรือองค์กรของรัฐบาลได้มีการประกาศผ่านทางสื่อมวลชนหลัก ซึ่งก่อให้เกิดความสับสนหรือความไม่เข้าใจในข้อมูลจนอาจก่อให้เกิดความเข้าใจที่ผิดคลิปีดิโอรู้สู้ flood จึงเป็นเหมือนอีกสื่อที่เข้ามาช่วยนำเสนอข้อมูลเหล่านั้นให้มีความเข้าใจงานยิ่งขึ้นผ่านการนำเสนอในรูปแบบการ์ตูนแอนิเมชัน

ปัจจุบันคลิปีดิโอรู้สู้ flood มีทั้งหมด 10 ตอน โดยแต่ละตอนจะมีเนื้อหาจบภายในตอนเดียวแต่ทั้งหมดมีความเกี่ยวข้องกับปัญหาอุทกภัยในปี 2554 ดังนี้

1. รู้สู้ flood ตอนรู้จักกับน้ำท่วมให้มากขึ้น มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลของน้ำท่วมในปี 2554 และปัญหาที่ประชาชนประสบในเรื่องของการค้นหาข้อมูลหรือความสับสนในข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาน้ำท่วมที่เกิดขึ้น
2. รู้สู้ flood ตอน3คำถามยอดฮิต มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อแนะนำในการประเมินสถานการณ์น้ำท่วมด้วยตนเอง เพื่อให้ข้อมูลและแนวทางในการวิเคราะห์แก่ผู้รับชมว่าบ้านของตนเองน้ำจะท่วมหรือไม่ ท่วมสูงเท่าไร และท่วมนานแค่ไหน
3. รู้สู้ flood ตอนเตรียมตัวก่อนน้ำมาถึง มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำขั้นตอนการเตรียมความพร้อมรับมือกับน้ำท่วมไม่ว่าจะน้ำจะท่วมหรือไม่ การเตรียมพร้อมอยู่เสมอ คือสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้หลีกเลี่ยงการเป็นผู้ประสบภัย
4. รู้สู้ flood ตอนการรับมือในภาวะน้ำท่วม มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีรับมือต่าง ๆ เมื่อประสบปัญหาน้ำท่วม รวมถึงกรณีที่เป็นจะต้องอาศัยอยู่ภายในบ้านเมื่อประสบกับน้ำท่วมไม่สามารถออกไปไหน เราจะสามารถใช้ชีวิตร่วมกับน้ำอย่างปลอดภัยได้อย่างไร
5. รู้สู้ flood ตอนใจเย็นยามอพยพ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการรวบรวมวิธีการ และข้อควรทำต่าง ๆ ในการอพยพ ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมตัวออกจากบ้าน การเดินทาง ตลอดจนวิธีการเข้าสู่ศูนย์อพยพอย่างปลอดภัย

6. รู้สู้ flood ตอนตอนอย่างมีสติ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำความเข้าใจในการกิน ใช้ เครื่องอุปโภค บริโภค ว่ามีความต้องการมากน้อยเพียงใดในสถานการณ์น้ำท่วม เพื่อจะช่วยเหลือการซื้อของใช้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

7. รู้สู้ flood ตอนรู้ให้ระบบน้ำใช้ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบน้ำประปา เพื่อมาประเมินเปรียบเทียบกับสถานการณ์น้ำท่วม และสามารถรับมือกับน้ำดื่มใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. รู้สู้ flood ตอนรู้ทันน้ำเสีย มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลเมื่อน้ำท่วมกลายเป็นน้ำขังแล้วแปรสภาพเป็นน้ำเสีย จนถึงวิธีการจัดการ พร้อมกับการหาคำตอบที่มาจาก EM Ball และหลักการทำงานของ EM Ball ว่าสามารถแก้ปัญหาหน้าเสียได้จริงหรือไม่

9. รู้สู้ flood ตอนตั้งหลักหลังน้ำลด มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการบ้านหลังประสบภัยน้ำท่วม การซ่อม ทำความสะอาด การตรวจสอบระบบไฟฟ้าภายในบ้าน การแยกขยะ และการกำจัดเชื้อราภายในบ้าน

10. รู้สู้ flood ตอนรู้สู้ทุกสิ่ง มีเนื้อหาเกี่ยวกับ การต่อยอดความรู้เรื่องน้ำท่วมที่ไม่อยากให้ลืม เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้รับชมที่จะสามารถปรับใช้และเป็นความรู้ติดตัวไปในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงเนื้อหา รูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอสารของคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood ว่าเหตุใดประชาชนถึงให้ความสนใจและติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ในช่วงภาวะที่ต้องเผชิญกับวิกฤติสาธารณะ และนอกจากนี้ผลของการวิจัยจะยังสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาและประยุกต์ใช้สื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ในรูปแบบอื่นๆ อาทิการประชาสัมพันธ์ การทำการตลาดหรือการโฆษณาสินค้าในอนาคตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาเนื้อหาที่น่าสนใจเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood

2.2 เพื่อศึกษารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “วิเคราะห์เนื้อหาในการสื่อสารภาวะวิกฤติ : กรณีศึกษาคลิปวิดีโอ รู้สู้ Flood” ทำการวิเคราะห์เฉพาะในส่วนของคลิปวิดีโออินโฟกราฟิก (Info graphic) ซึ่งมีทั้งหมด 10 ตอน โดยแต่ละตอนจะมีเนื้อหาจบภายในตอนเดียวแต่ทั้งหมดมีความเกี่ยวข้องกับปัญหาอุทกภัยในปี 2554

3.2 เครื่องมือการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “วิเคราะห์เนื้อหาในการสื่อสารภาวะวิกฤติ : กรณีศึกษาคลิปวิดีโอ รู้สู้ Flood” ผู้ศึกษาจึงได้มีการกำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือการลงรหัสและบันทึกเนื้อหาคลิปวิดีโอแบบตาราง (Coding Sheet)

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยได้วางหลักวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าจากเว็บไซต์โดยตรงของกลุ่มอาสาสมัครรู้สู้ flood

ส่วนของขั้นตอนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำการลงรหัสและบันทึกเนื้อหาที่ปรากฏ (Coding) ให้กับคำกลุ่มคำ วลี ประโยคต่างๆ ที่สะท้อนลักษณะประเภทของเนื้อหาสาร รูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood และแนวคิดเรื่องการนำเสนอสารและทำการลงรหัสโดยนำข้อมูลทั้งหมดมาบันทึกในตาราง Coding sheet โดยทำการคัดคำ กลุ่มคำ วลี หรือประโยคต่างๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของเนื้อหาสาร รูปแบบของการนำเสนอ เทคนิคและวิธีการนำเสนอของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood เพื่อทำดัชนีข้อมูลและจัดหมวดหมู่ในการวิเคราะห์

4. ผลการวิจัย

จากการศึกษานำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood และ เพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood โดยนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

4.1 ส่วนที่ 1 ผลของการศึกษาเนื้อหาที่นำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood

4.1.1 ผลการศึกษพบว่าคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood มีการจัดทำขึ้นโดยกลุ่มคนอาสาสมัครทั่วไปมีเนื้อหาสาร ประเภทข้อเท็จจริงที่อธิบายเกี่ยวกับบุคคล สัตว์ สิ่งของและเหตุการณ์ โดยมีการแบ่งเนื้อหาออกเป็นตอนสั้นๆ เพื่อช่วยต่อความเข้าใจและแยกหัวข้อเรื่องแต่ละตอนไว้อย่างชัดเจนรวมทั้งสิ้น 10 ตอน

4.1.2 วัตถุประสงค์การสื่อสารของเนื้อหาในภาวะวิกฤติของคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood ผลการศึกษพบว่าวัตถุประสงค์การของเนื้อหาสารในการสื่อสารภาวะวิกฤติน้ำท่วมของคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood คือ 1.เพื่อให้ความรู้ 2.เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

4.1.3 องค์ประกอบการสร้างสารในภาวะวิกฤติน้ำท่วมของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood ผลการศึกษพบว่าปัจจัยในการสร้างสารที่ทำให้คลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood ประสบความสำเร็จนั้นคือ ใคร (Who) หมายถึงแหล่งสารในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้คือการรวมตัวกันของกลุ่มอาสาสมัครทีมนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในชื่อ กลุ่มอาสาสมัคร “รู้สู้ flood” แต่ต่อมามีบุคคลอาสาจากสถาบันอื่นเข้าร่วมทีม จึงกลายเป็นกลุ่มอาสาสมัครรู้สู้ flood ที่ไม่ได้ระบุสถาบันใดๆ สื่อสารอะไร (Says What) หมายถึงตัวสารหรือเนื้อหาของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood ที่นำเสนอซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยหลักของการสื่อสารนี้อาศัยปัจจัยดังนี้คือ 1. คุณภาพของเนื้อหาสาร (Quality of Content) 2. ความน่าสนใจต่อผู้รับสาร (Interest to Audience) 3. ขอบเขตของเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร (Scope of Intended Message) 4. ความเกี่ยวข้องของความคิด (Relevance of Idea) 5. จำกัดความลึกของสาร (Limit Breadth of Message) 6. หลักฐานสนับสนุนสาร (Supporting Evidence) สื่อสารผ่านสื่อใด (In Which Channel) โดยผลการวิจัยพบว่า สื่อที่ใช้ในการนำเสนอสารในภาวะวิกฤติน้ำท่วมคือสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีการนำเสนอสารผ่านทางเว็บสังคมออนไลน์ (Social Media) นั่นคือ เว็บไซต์ยูทูป และเฟสบุ๊ค สื่อสารไปยังใคร

(To Whom) โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของคลิปวิดีโอออนไลน์ flood คือประชาชนทั่วไปที่รู้จักและมีทักษะความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ต รวมไปถึงประชาชนที่รู้จักเว็บไซต์สังคมออนไลน์ (Social media) ด้วยผลอย่างไร (With What Effect) โดยผลการวิจัยพบว่า ผลลัพธ์ของคลิปวิดีโอออนไลน์ flood คือ เพื่อให้ความรู้และเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

4.2 ส่วนที่ 2 ผลของการศึกษารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอ flood

4.2.1 รูปแบบของคลิปวิดีโอ flood จากผลการศึกษารูปแบบของคลิปวิดีโอออนไลน์ flood พบว่ารูปแบบที่ผู้จัดทำคลิปวิดีโอออนไลน์ flood นำเสนอนั้นมีลักษณะเป็นคลิปวิดีโออินโฟกราฟิก ภาพเคลื่อนไหวอนิเมชันจากการวาดรูปการ์ตูนด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ illustrator แล้วนำมาประกอบเป็นภาพเคลื่อนไหว โดยมีเสียงทั้งแบบเสียงผู้บรรยาย และเสียงดนตรี ในส่วนของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดทำคลิปวิดีโอออนไลน์ flood และผู้รับสาร ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดทำคลิปวิดีโอออนไลน์ flood และผู้รับสารเป็นการสื่อสารแบบสองทาง

4.2.2 เทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอ flood จากผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การนำเสนอสารที่ใช้โดยเปรียบเทียบจากทฤษฎีการนำเสนอสารนั้น คลิปวิดีโอออนไลน์ flood มีการใช้กลยุทธ์ดังนี้ 1.กลยุทธ์การเลือกนำเสนอสารแบบเพียงด้านเดียว (One-Side Message) คือเนื้อหาสารของคลิปวิดีโอออนไลน์ flood เป็นการนำเสนอข้อมูลเฉพาะที่สอดคล้องหรือเป็นประโยชน์สนับสนุนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของน้ำท่วมเท่านั้น 2.กลยุทธ์การเลือกใช้สารเชิงอารมณ์ (Emotional) โดยการนำเสนอสารของคลิปวิดีโอออนไลน์ flood มีการใช้ภาพ เสียงและข้อความในการดึงดูดอารมณ์ของผู้รับสารให้เชื่อมโยงเนื้อหาสารน้ำท่วมที่ยากต่อความเข้าใจเข้ากับความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร 3.กลยุทธ์การจัดลำดับสาร ซึ่งผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่ผู้จัดทำคลิปวิดีโอออนไลน์ได้ใช้ในการนำเสนอประกอบด้วยการประกอบและการจัดลำดับสารแบบนิรนัย (Deductive Order) การประกอบและการจัดลำดับสารแบบอุปนัย (Inductive Order) การประกอบและการจัดลำดับสารตามลำดับปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหา (Problem-Solution Structure) การประกอบและการจัดลำดับสารตามหัวเรื่อง (Topical Pattern) การประกอบและการจัดลำดับสารขั้นตอน (Sequential Process Order) การประกอบและการจัดลำดับสารแบบเปรียบเทียบ (Comparison-Contrast Design) และการจัดลำดับสารตามระดับความคุ้นเคย (Degree of Familiarity Pattern)

5. อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 ผลของการศึกษาเนื้อหาที่นำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอ flood

ผลศึกษาพบว่าเนื้อหาสารของคลิปวิดีโอออนไลน์ flood นั้นมีเนื้อหาสารเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนโดยขอบเขตของการนำเสนอเกี่ยวข้องกับภาวะวิกฤติน้ำท่วม เพราะในยามที่เกิดภาวะวิกฤติน้ำท่วมนี้ประชาชนจะมีความตื่นตระหนกและสับสนกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นการนำเสนอสารที่ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องจะช่วยลดความตื่นตระหนกแก่ผู้รับสารลงได้ ซึ่งในภาพรวมของเนื้อหาสารของคลิปวิดีโอออนไลน์ flood ที่นำเสนอแล้ว จุดประสงค์ในส่วนของเปลี่ยนแปลงทัศนคตินี้จะไม่เด่นชัดเท่ากับจุดประสงค์เพื่อให้

ความรู้ เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของเนื้อหาจะเน้นไปในเรื่องของความรู้รอบด้านต่างๆที่เกี่ยวกับน้ำท่วมในภาวะวิกฤติและจะสอดแทรกข้อความที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติลงไปในบางช่วงของเนื้อหาสาระเท่านั้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพรเพ็ญ พัตยกุล (2541) ได้ศึกษาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า เป้าหมายในการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตขององค์กรแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือเป้าหมายการสื่อสารในระดับของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีมากที่สุด รองลงมาคือเป้าหมายการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยใช้การรณรงค์ระยะยาว ส่วนที่พบน้อยที่สุดคือเป้าหมายการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยใช้การรณรงค์ระยะสั้น

ส่วนที่ 2 ผลของการศึกษารูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood

นอกจากนั้นการนำเสนอสารของคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood ยังเป็นการสื่อสารผ่านกระบวนการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่หรือการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์โดยอาศัยอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้จัดทำกับผู้รับสารหรือประชาชนทั่วไป โดยผ่านกระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์ที่มีเนื้อหาเข้าใจยาก หรือข้อมูลเชิงลึกให้ออกมาในรูปแบบการ์ตูนอนิเมชันซึ่งเข้าใจง่าย มีการใช้วิธีการสร้างสารแบบเปรียบเทียบอุปมาอุปไมยเปรียบเทียบข้อมูลตัวเลข ข้อมูลวิชาการ และสารประกอบต่างๆทางวิทยาศาสตร์เชื่อมโยงกับการ์ตูนเพื่อให้ผู้รับสารเห็นภาพและเข้าใจในเนื้อหานั้นๆได้โดยง่าย และมีการนำเสนออย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมไปจนถึงช่วงภาวะน้ำลด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรเพ็ญ พัตยกุล (2541) ที่ได้ศึกษาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การสื่อสาร 3 กระบวนการ คือกลยุทธ์ทำให้ผู้รับสารสนใจเข้ามายังเว็บไซต์ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อปกติ และการสร้างสารเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร กลยุทธ์การทำให้ผู้รับสารสนใจสิ่งที่นำเสนออย่างต่อเนื่อง และกลยุทธ์ปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อให้ผู้ชมสนใจติดตามอย่างต่อเนื่อง

คลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood ยังให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลที่มีหลักฐานรองรับเพื่อความถูกต้อง โดยข้อมูลที่น่าสนใจที่มีลักษณะข้อมูลเชิงลึกหรือวิชาการจะมีกระบวนการคัดกรองข้อมูลจากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส รวมไปถึงการหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสอบถามจากนักวิชาการโดยตรง และมีเนื้อหาสาระที่มีความเป็นจริงมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญศรี สุธรรมานวัฒน์ (2540) ที่ได้ศึกษาการใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการจัดการกับภาวะวิกฤติในเรื่องการประชาสัมพันธ์และการสร้างความเข้าใจกับประชาชน กรณีชมรมผู้ผลิตผงชูรสแห่งประเทศไทยได้รับความเสียหายจากกลุ่มรณรงค์ต่อต้านการบริโภคผงชูรส พบว่าการจัดการกับภาวะวิกฤติโดยอาศัยการประชาสัมพันธ์ผ่านกระบวนการสื่อมวลชนนั้นจะต้องมีลักษณะการนำเสนอสารที่มีข้อมูลถูกต้องและเป็นจริงและมีหลักฐานรองรับ

รูปแบบของการนำเสนอสารของคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood มีการนำเสนอออกมาในรูปแบบคลิปวิดีโอออนไลน์อินโฟกราฟิกหรือภาพอนิเมชัน โดยมีเสียงบรรยาย คนตรี และข้อความตัวอักษรประกอบในการนำเสนอเนื้อหาสาระโดยรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างการนำเสนอสารของกลุ่มผู้จัดทำคลิปวิดีโอกับผู้รับสารนั้นเป็นไปในแบบการสื่อสารสองทาง ซึ่งผู้รับสารสามารถตอบโต้หรือแสดงความคิดเห็นต่างๆไปยังช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ยูทูบและเฟซบุ๊ก ที่ผู้จัดทำคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood โพสต์คลิปวิดีโอไว้

และผู้จัดทำคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood ได้รับสารตอบรับจากประชาชนทั่วไปที่จะนำมาเป็นข้อมูลในการผลิตสารครั้งต่อไปซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดการสื่อสารในภาวะวิกฤติอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวคิดของ Ulmer , Sellnow & Seeger (2007 , pp. 33-46) ที่กล่าวว่า การสื่อสารที่ดีควรเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) การรับฟังอีกฝ่ายจึงถือเป็นเรื่องสำคัญในการสื่อสารภาวะวิกฤติ เพราะการรับฟังจะช่วยให้เราเข้าใจและรับรู้ถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายนอกและความต้องการของผู้ที่ได้รับผลกระทบ

เทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วมผ่านคลิปวิดีโอที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood ในการวิเคราะห์พบว่า มีการให้ความสำคัญกับการนำเสนอสารแบบด้านเดียวคือ การนำเสนอสารเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนประเด็นหลักของเนื้อหาสารการนำเสนอคือความรู้เรื่องข้อมูลเกี่ยวกับน้ำท่วมและการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆของภาวะวิกฤติน้ำท่วม โดยอาศัยการนำเสนอสารเชิงอารมณ์ผ่านตัวการ์ตูนเพื่อสร้างความขบขัน และสร้างความผ่อนคลายแก่ผู้รับสารให้มีความสนใจในตัวเนื้อหาสารมากขึ้น ดังนั้นกลยุทธ์การสื่อสารโดยอาศัยองค์ประกอบอย่าง ข้อความตัวอักษร ภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรีช่วยเชื่อมโยงเนื้อหาสารเข้ากับความอารมณ์ของผู้รับสาร ต้องการและความสนใจของผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารมีความเข้าใจและคล้อยตามเห็นภาพและเข้าใจในเนื้อหาสารที่มีความยากและลึกได้โดยง่าย และกลยุทธ์ของการจัดลำดับการนำเสนอสารที่ผู้วิจัยพบว่าเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่ทำให้ คลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood นั้นได้รับการยอมรับและความสนใจจากสาธารณะชน เนื่องจากการนำเสนอสารของคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood มีการนำเสนอสารแบบการจัดลำดับสารแบบนิรนัย (Deductive Order) การประกอบและการจัดลำดับสารแบบอุปนัย (Inductive Order) การประกอบและการจัดลำดับสารตามลำดับปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหา (Problem-Solution Structure) การประกอบและการจัดลำดับสารตามหัวเรื่อง (Topical Pattern) การประกอบและการจัดลำดับสารขั้นตอน (Sequential Process Order) การประกอบและการจัดลำดับสารแบบเปรียบเทียบ (Comparison-Contrast Design) และการจัดลำดับสารตามระดับความคุ้นเคย (Degree of Familiarity Pattern) ซึ่งมีการลำดับสลับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆเหล่านี้แตกต่างกันไปตามเนื้อหาที่ต้องการจะนำเสนออย่างเหมาะสมในแต่ละตอนของเนื้อหา อันเป็นผลให้เนื้อหาสารของคลิปวิดีโอรู้สู้ flood มีความเข้าใจง่าย ตรงประเด็น ผู้รับสารไม่เกิดความสับสนในข้อมูล ซึ่งทั้งหมดนี้สอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่า การนำเสนอสาร ไม่ว่าจะยุคสมัยใด เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าขนาดไหนสารในการสื่อสารก็ยังคงประกอบด้วยสองส่วนสำคัญคือ ส่วนของข้อมูลซึ่งก็คือตัวสาร และส่วนของการแสดงออกซึ่งหมายถึง รูปแบบและการนำเสนอ (Hansen&Paul, 2004) และยังสอดคล้องกับแนวความคิดเรื่องการจัดลำดับสารที่ว่า การประกอบและการจัดลำดับสารมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าตัวสาร แม้ว่าสารนั้นจะสื่อความหมายไปยังผู้รับสารได้ แต่หากมีการจัดลำดับสารเป็นอย่างดีย่อมส่งผลให้เกิดการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (วรวัฒน์ จินตกานนท์, 2549)

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการผลศึกษางานวิจัยเรื่อง “วิเคราะห์เนื้อหาในการสื่อสารภาวะวิกฤติ : กรณีศึกษาคลิปวิดีโอรู้สู้ Flood” ข้อสรุปภาพรวมในการศึกษาครั้งนี้คือการสื่อสารเนื้อหาของคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้เป็นหลักและการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติแก่ผู้รับสารเป็นประเด็นเสริมที่แทรกอยู่ภายในเนื้อหา โดยมีการสร้างสารและการนำเสนอที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ และคำนึงถึงความต้องการและปัญหาของผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารของคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ flood จึงได้รับความสนใจจากสาธารณะชนเป็นอย่างมาก ดังนั้น

สถาบันหรือองค์กรต่างๆ สามารถศึกษารูปแบบการสร้างสารและเทคนิคการนำเสนอสารของกลุ่มผู้จัดทำคลิปวิดีโอออนไลน์รู้สู้ Flood ในจุดที่น่าสนใจของการนำเสนอสารที่มีความลึกและเข้าใจยากเพื่อเป็นการพัฒนาการสื่อสารทั้งในแบบภาวะวิกฤติและการสื่อสารทั่วไปให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่ายและเพื่อดึงดูดผู้รับสารได้มากขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ของการศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณ ดร. ชุตินา เกศดาบุรินทร์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ ศุกคติก กรรมการที่ปรึกษา และ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานวิจัยดังกล่าวนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์. 2545. คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ. กรุงเทพฯ: ม.ท.พ.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2541. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ : แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2549. เอกสารการสอนชุดวิชา การสร้างสารในงานนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: สุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชลลดา แสงเดือน. 2549. การวิเคราะห์เนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แบบส่งต่อ. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลลดา ปิ่นนรา. 2540. บทบาทหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตการณ์ขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. 2548. การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ตัน ดันท์สุทธีวงศ์. 2539. รอบรู้อินเทอร์เน็ต World Wide Web. กรุงเทพฯ: โปรวีชั่น.
- ธาดารัตน์ คำภี. 2546. รูปแบบ เนื้อหา และทิศทางการนำเสนอ เว็บไซต์ไทยตำบลดอตคอม (www.thaitambon.com). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญศรี สุธรรมานาวัดน์. 2540. การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อจัดการภาวะวิกฤต : กรณีรณรงค์ต่อต้านการบริโภคผงชูรส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรเพ็ญ พัตยากุล. 2541. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชนี เขยจรรยา. 2541. บทบาทสื่อมวลชนและพฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนของประชาชนในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์.
- ภัสวดี นิตยเศรษฐสุนทร. 2549. การสร้างสารในงานนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: สุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2543. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- ฤทธิ์ดำรงค์ แก้วขาว. 2552. การสื่อสารเพื่อการจัดการภาวะวิกฤติของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วนิดา จันทจุฑากร. 2543. อินเทอร์เน็ต มิติใหม่ของการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์.
- วรวัฒน์ จินตกานนท์. 2549. เอกสารการสอนชุดวิชา การสร้างสารในงานนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิไล อัสวเดชศักดิ์. 2549. เอกสารการสอนชุดวิชา การสร้างสารในงานนิเทศศาสตร์ 2. กรุงเทพฯ: สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิไล ลภิตันกุล. 2549. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติและการบริหารภาวะวิกฤติ. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ศรีหญิง ศรีรักษา. 2554. การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของ นิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ASTVผู้จัดการออนไลน์. 2554. สื่อนอกชุก! “รู้สู้ flood” กับคลิปวาฬน้ำเงิน แฉอุทกภัยไทย ชัดเจนกว่า รัฐบาล. สืบค้น วันที่ 21 เมษายน 2555, จาก <http://www.manager.co.th/around/viewnews.aspx?NewsID=9540000139335>.
- Berlo, D. K. 1960. **The process of communication**. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Bettinghaus, E. P., & Cody, 1994. **M. J. Persuasive communication** (5th ed.). Victoria: Wadsworth.
- Castells, M. 1996. **he Rise of the Network Society**. Oxford: Blackwell
- Graber, D. 1988. **Processing the News: How People Tame the Information Tide**. USA : University Press of America.
- Hall, S. 1973. **Encoding and Decoding In the Television Message**. London: Hutchinson.
- Hansen, K. A. & Paul, N. 2004. **Behind the Message: Information Strategies for Communicators**. Allyn and Bacon.
- Lasswell, H. D. 1948. **The structure and function of communication in society**. New York: Harper & Brothers.
- Maslow, A. 1970. **Motivation and Personnality**. New York: Harper & Row.
- Monroe, A., & Ehninger Douglas, 1975. **Principles and Types of Speech Communication**. New York: Wiley.
- Myers, D. 2005. **Social Psychology** (8th ed.). New York: McGraw Hill.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1986. **The Elaboration Likelihood Model of persuasion**. New York: Academic Press.
- Putnis, P., & Petelin, R. 1996. **Professional communication: Principles and applications**. Sydney: Prentice Hal.
- Slaikau, K. A. 1984. **Crisis Invervention**. MA: Allyn & Bacon.
- Toffler, A. 1980. **Power shift**. New York: Bantam Knowles.
- Ulmer, S., Seeger, M. W. 2007. **Effetive crisis communication moving from crisis to opportunity**. California: Sage.
- Roosuflood. 2554 ก. **roosuflood**. สืบค้น วันที่ 20 เมษายน 2555, จาก <http://www.youtube.com/user/roosuflood>.
- Roosuflood. 2554 ข. **รู้สู้! Flood**. สืบค้น วันที่ 20 เมษายน 2555, จาก <http://www.facebook.com/ROOSUFLOOD>.

Herring Susan, 1999, Interactional Coherence in CMC. **Journal of Computer-Mediated Communication**,

Retrieved April 25, 2012, from <http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue4/herring.html>.

Walther, J. B. 1992. Interpersonal Effects in Computer-mediated Interaction: A Relational Perspective.

Communication Research, 19, 52-90.

**ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับข่าวสาร และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการศึกษา
จากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร
NEEDS, EXPOSURE, AND USES OF EDUCATIONAL INFORMATION
FROM EDUCATIONAL WEBSITES AMONG HIGH SCHOOL STUDENTS
IN BANGKOK**

กานต์ระพี พูลพิพัฒน์

นิสิตปริญญาโท คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ มหวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

Email : ham_ham_tery@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ความต้องการ การเปิดรับ และความพึงพอใจกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร เพื่อต้องการทราบความต้องการข่าวสาร และผลการตอบสนองความพึงพอใจกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารด้านการศึกษาในการนำเสนอข่าวสารด้านการศึกษาทางเว็บไซต์การศึกษา โดยใช้วิธีโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ผลของการศึกษา ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการศึกษาจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนนั้นแตกต่างกัน ความต้องการข่าวสารด้านการศึกษาจากเว็บไซต์ของนักเรียนนั้นไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งหมายถึงความต้องการข่าวสาร กิจกรรมการเรียน การสอนผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้เรียน เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลมากมายที่ผู้เรียนจึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์อยู่เสมอ เพื่อคัดสรรข้อมูลแล้วจึงนำมาประมวลผลเอาแต่ข่าวสารเฉพาะที่ตนเองต้องการเท่านั้น ส่วนด้านการเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษานั้นมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการศึกษาจากเว็บไซต์ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ เนื่องจากพบว่านักเรียนยังมีปัญหาในการแสวงหาข้อมูลที่แตกต่างกัน และสำหรับความพึงพอใจข่าวสารด้านการศึกษานั้น พบว่ามีการเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความรวดเร็วและที่ทันสมัยมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการศึกษาต่อในระดับที่สูงต่อไป

คำสำคัญ : ความต้องการข่าวสารการศึกษา การเปิดรับข่าวสารการศึกษา ประโยชน์จากข่าวสารการศึกษา เว็บไซต์ข่าวสารการศึกษา ข่าวการศึกษา

ABSTRACT

The purposes of this survey research were to examine the difference between the high school students' demographic characteristics, need, exposure, information seeking and uses of education information seeking

about educational in Thailand via internet among the high school students. The data were analyzed by using frequency distribution percentage, mean, t-Test, one-way ANOVA and inferential statistics analysis. SPSS Program was employed for data processing. The results of the research are as follows : The students majoring in Art were found to have exposure about formation of educational in Thailand via internet. The most students used internet at home but the students have problem about service charge on internet . However, the most students have need and uses formation of educational via internet or educational websites in Thailand. Because it has convenient and very fast in access to information. Then the students need educational information for decision making, themselves.

KEYWORDS : Education Information Usage of education Information, Need of Educational Information, Education website

บทนำ

การรับบุคคลเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของประเทศไทยได้มีการพัฒนาการมาเป็นลำดับ ในอดีตที่ผ่านมามหาวิทยาลัยได้ใช้ระบบการสอบคัดเลือกหรือเอ็นทรานซ์ (Entrance) เป็นระบบคัดเลือกรวมจัดสอบเพียงปีละ 1 ครั้ง เริ่มตั้งแต่ปีการศึกษา 2504 และเป็นเวลานานกว่า 40 ปี ซึ่งระบบดังกล่าวได้รับความเชื่อถือ และมีคุณภาพ นับเป็นระบบการแข่งขัน เพื่อเลือกผู้ที่ได้คะแนนดี และมีคุณสมบัติอื่นๆ ที่เหมาะสมเข้าศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

เนื่องจากระบบการสอบเอ็นทรานซ์มุ่งวัดผลเพียงบางรายวิชาที่สถานศึกษาเห็นว่าจำเป็นสำหรับการศึกษาต่อในแต่ละสาขา นำไปสู่สถานการณ์ที่ผู้เรียนมุ่งเรียนเฉพาะรายวิชาที่ต้องสอบเท่านั้น โดยผู้เรียนส่วนมากจะละทิ้งรายวิชาที่ไม่ต้องใช้ในการสอบคัดเลือก ทั้งนี้ เพราะเป้าหมายของการเรียนในที่สุดคือการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยในสาขาที่ตนต้องการเท่านั้น ผลที่ตามมาคือความล้มเหลวของระบบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา เพราะผู้เรียนไม่ได้ผ่านการเรียนรู้ครบกระบวนการ นอกจากนี้ระบบการสอบเอ็นทรานซ์ทำให้เกิดธุรกิจการกวดวิชาที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์เฉพาะการเข้าศึกษาต่อได้ซ้ำเติมความเสียหายตามที่กล่าวมาโดยส่งเสริมให้ผู้เรียนมุ่งเน้นเฉพาะความรู้และวิธีการต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อสอบคัดเลือกให้ได้เท่านั้น โดยละทิ้งความสนใจส่วนอื่นของระบบการศึกษา (ระบบการรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในระบบกลาง, ม.ป.ป) สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ระบบการศึกษาไทยอยู่ในภาวะวิกฤตอันมีระบบการสอบเอ็นทรานซ์เป็นต้นเหตุสำคัญ

ต่อมาจึงได้มีนโยบายให้สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) ซึ่งรับผิดชอบระบบการสอบเอ็นทรานซ์ (Entrance) ปรับเปลี่ยนระบบคัดเลือกบุคคลเข้ามหาวิทยาลัยเสียใหม่ โดยให้หันมาใช้ระบบแอดมิชชัน (Admission) แทนการสอบเอ็นทรานซ์ (Entrance) และระบบแอดมิชชัน (Admission) ก็ได้นำมาใช้ในปี พ.ศ. 2549 เป็นปีแรกซึ่งมีการนำผลการเรียนตลอดหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายมาใช้คัดเลือกในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีการนำความสามารถทางวิชาการ ความสามารถพิเศษ และความถนัดเฉพาะมาใช้ในการคัดเลือกอีกด้วย

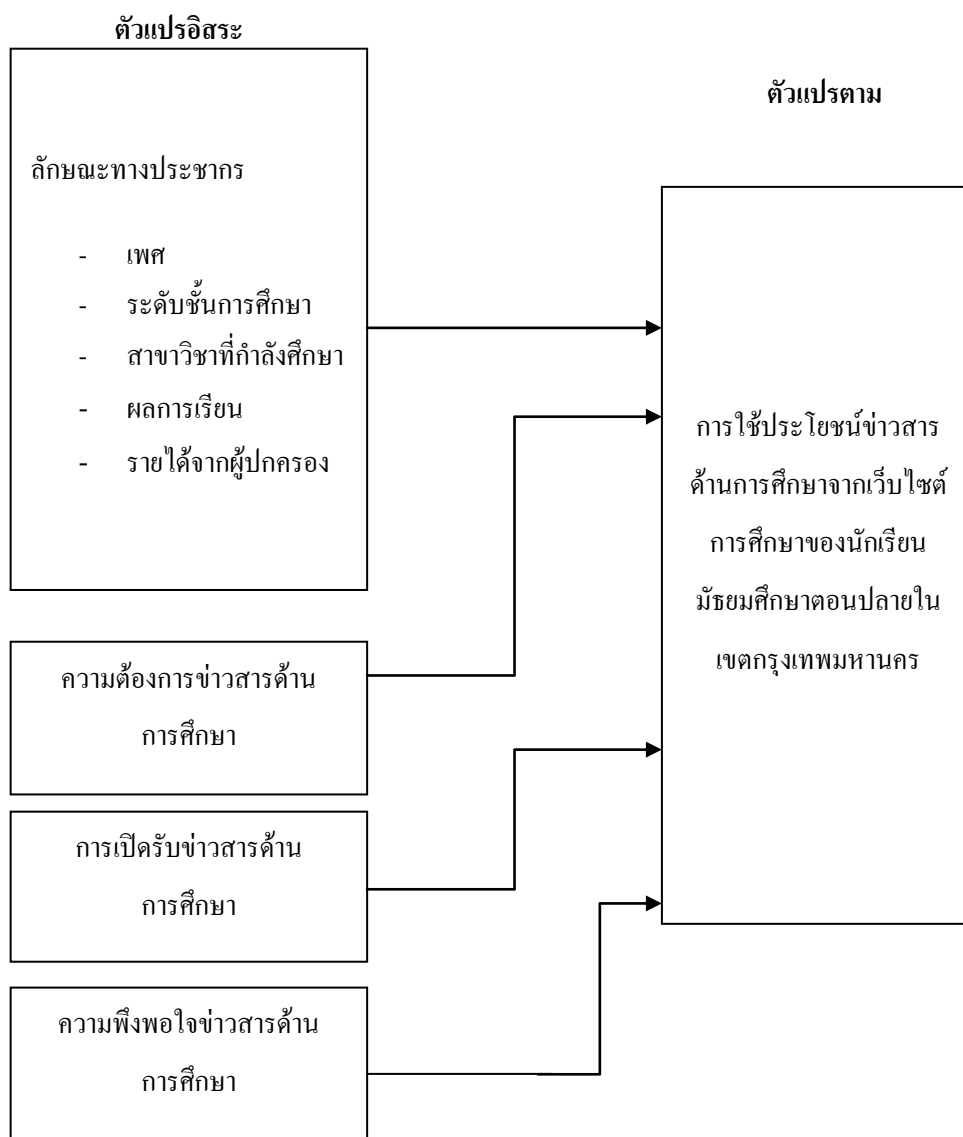
และในปีการศึกษา 2553 ยังได้มีการนำผลคะแนน GAT (ความถนัดทั่วไป) และ PAT (ความถนัดทางวิชาชีพและวิชาการ) มาช่วยในการคัดกรองบุคคลด้วยอีกทาง (สถาบันกวดวิชา พ, 2552)

ทั้งนี้ แอดมิชชัน (Admission) ที่ถูกนำมาแทนที่ระบบการสอบเอ็นทรานซ์ (Entrance) นั้นที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) ได้กำหนดสัดส่วนของผลการเรียนเฉลี่ยชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายตามกลุ่มสาระการเรียนรู้ (GPA) ผลการเรียนเฉลี่ยตลอดหลักสูตรชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (GPAX) และค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์แรนจ์ (PR) เป็นองค์ประกอบร่วมกับผลการทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ในการนำไปขึ้นสมัครแอดมิชชัน (Admission) ตรงกับทางมหาวิทยาลัย จึงทำให้นักเรียนมีทางเลือกมากขึ้น (สถาบันกวดวิชา พ, 2552)

เนื่องด้วยการศึกษาไทยมีการเปลี่ยนแปลงระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าสู่มหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเหตุให้นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความสามารถในการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้ด้วยตนเอง เพื่อทำความเข้าใจและเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับระบบการสอบเข้ามหาวิทยาลัย อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหนึ่งที่สะดวกต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ที่ได้แทรกซึมเข้าไปทุกภาคส่วนของสังคม และเข้ามามีส่วนสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากเดิมที่อินเทอร์เน็ตเป็นเพียงแหล่งข้อมูลสำหรับนักวิชาการและนักวิจัยด้านคอมพิวเตอร์ ได้ขยายการใช้ประโยชน์ไปสู่ผู้คนในวงการอื่นๆ เพิ่มขึ้น อาจจะกล่าวได้ว่า ปัจจุบันไม่มีข้อมูลใดที่ไม่สามารถหาได้จากอินเทอร์เน็ต จากการที่อินเทอร์เน็ตได้เป็นที่ยอมรับว่ามีประโยชน์มหาศาลจึงได้พยายามส่งเสริมให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น โดยใช้เป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ (digital divide) เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีราคาถูก มีข้อมูลมากมายและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าถึงข่าวสารข้อมูลนั้นๆ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2547) ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของสื่อชนิดนี้ที่ไม่จำกัดทั้งเวลาและสถานที่ นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตยังเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันได้สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งบุคคลจำนวนมากไม่ต้องการที่จะเรียนรู้ แลกเปลี่ยน รวมทั้งเสนอความคิดเห็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียน โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งมีความจำเป็นที่ต้องเตรียมพร้อมในการศึกษาต่อ และการสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน ดังนั้นคนกลุ่มนี้จึงต้องการคำปรึกษา หรือแนวทางและข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ยังเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาคุณภาพของการเรียนรู้จากฐานข้อมูลที่หลากหลายและกว้างขวาง ที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาการเรียนและการเตรียมพร้อมในการศึกษาต่ออยู่ตลอดเวลา

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความต้องการข่าวสาร การเปิดรับข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารด้านการศึกษาจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางแก่ผู้จัดทำเว็บไซต์การศึกษาในการนำเสนอข่าวสารด้านการศึกษาที่ตอบสนองความต้องการของนักเรียน นิสิต นักศึกษาให้มากที่สุด และสามารถใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับมาปรับปรุง เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



การศึกษาเรื่องความต้องการข่าวสาร การเปิดรับข่าวสาร และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์ การศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร ได้มีการศึกษาถึงทฤษฎีและแนวความคิด ในการวิจัยดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร คือทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย

1) การเลือกเปิดรับสื่อ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้วบุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อเดิมของตนด้วย

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) บุคคลจะเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของตน ซึ่งผู้รับสารจะตีความตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตน

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกรับให้ความสนใจและเลือกตีความข่าวสารแล้ว บุคคลจะเลือกจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำ และเก็บเป็นประสบการณ์ เพื่อนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ คือความต้องการของมนุษย์ ซึ่งจะนำไปสู่การเลือกใช้สื่อที่ตอบสนองต่อความต้องการด้านต่างๆ และนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่อเหล่านั้น ทฤษฎีนี้จึงเน้นความสำคัญที่ผู้รับสารเป็นลำดับแรก

3. แนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารทางการศึกษา ข้อมูลข่าวสาร คือ สิ่งสื่อความหมายให้ทราบถึงเรื่องราวหรือข้อเท็จจริงเรื่องหนึ่ง เรื่องใดโดยในความหมายนี้เน้นที่การสื่อความหมายเป็นหลัก มิได้เน้นที่รูปร่างหรือรูปแบบของความเป็นข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ สิ่งที่เป็นข้อมูลข่าวสารได้นั้นไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปร่าง หรือรูปแบบของกระดาษที่มีข้อความหรือแฟ้มเอกสาร แต่หมายรวมถึงถึง สิ่งต่างๆ ที่อาจจะปรากฏให้เห็นเป็นข้อความ ตัวเลข สัญลักษณ์ เสียง และสิ่งอื่นๆ ที่ทำให้มนุษย์สามารถเข้าใจและรู้ความหมายได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ต คือ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งเกิดจากระบบคอมพิวเตอร์ เครือข่ายย่อย ๆ หลาย ๆ เครือข่ายรวมตัวกันเป็นระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ ซึ่งขยายความได้ดังนี้ คือ การที่คอมพิวเตอร์ตั้งแต่ 2 เครื่องขึ้นไป สามารถติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันได้โดยผ่านสาย Cable หรือ สายโทรศัพท์ ดาวเทียม ฯลฯ การติดต่อนั้นจะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน หรือใช้อุปกรณ์ร่วมกัน เช่น ใช้ Printer หรือ CD-Rom ร่วมกัน เราเรียกพฤติกรรมของคอมพิวเตอร์ลักษณะนี้ว่า เครือข่าย (Network) ซึ่งเมื่อมีจำนวนคอมพิวเตอร์ในเครือข่ายมากขึ้น และมีการเชื่อมโยงกันไปทั่วโลก จนกลายเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ เราเรียกสิ่งนี้ว่า อินเทอร์เน็ต นั่นเอง

งานวิจัยที่สนับสนุน

ต้องจิตต์ สุวรรณสร (2543) ได้ศึกษา “ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมือง ส่วนความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ ความพึงพอใจ และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การเมืองไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

จิรมา ทองสวัสดิ์ (2545) ได้ศึกษา “ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความต้องการข่าวสารด้านสุขภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพ ส่วนการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพ ความพึงพอใจข่าวสารด้านสุขภาพ และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร ความต้องการ การเปิดรับ และความพึงพอใจกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร เพื่อต้องการทราบถึงความต้องการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และผลการตอบสนองความพึงพอใจกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารด้านการศึกษาในการนำเสนอข่าวสารทางด้านการศึกษามานทางเว็บไซต์การศึกษา โดยใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ผลของการศึกษาที่รวบรวมจากเอกสาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วิธีการดำเนินวิจัย

วิธีการในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Question) และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งทำการสัมภาษณ์นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธี Stratified Random Sampling แบบ Proportional Sampling จากนั้น สุ่มตัวอย่างโรงเรียนแต่ละประเภทตามสัดส่วนของจำนวนโรงเรียนที่มีโดยวิธีจับฉลาก ตามแบบสอบถามในขั้นตอนการเก็บข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากร และความต้องการข่าวสารการศึกษาจากเว็บไซต์การศึกษา มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด การเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษาจากเว็บไซต์การศึกษา เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าส่วนใหญ่ใช้เพื่อดูข้อมูลข่าวสาร ซึ่งในการเข้าชมเว็บไซต์การศึกษายังพบว่า อยู่ในระดับปริมาณน้อย เมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละประเภทของเว็บไซต์นั้น พบว่า เว็บไซต์ของหน่วยงานเอกชนมีผู้เข้าชมมากที่สุด และสำหรับความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการศึกษาที่ได้รับจากเว็บไซต์การศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก เนื่องจากอินเทอร์เน็ตง่ายต่อการใช้งาน และเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการศึกษาต่อของนักเรียนและนักศึกษาได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารด้านการศึกษาจากเว็บไซต์การศึกษา ผลจากการทดสอบการสมมติฐานนั้น ไม่สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนระดับการศึกษา ผลเฉลี่ยการศึกษา และรายได้จากผู้ปกครองที่แตกต่างกันนั้น มีประโยชน์จากข่าวสารการศึกษานั้นสรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. ด้านการค้นคว้าข้อมูลโดย Search engine นั้นมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด จึงทำให้ผลจากการตั้งสมมติฐานนั้นในด้านความต้องการข่าวสารด้านการศึกษาความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การศึกษาจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
3. การเปิดรับข่าวสารการศึกษาจากเว็บไซต์การศึกษานั้น ยังพบปัญหาและอุปสรรคในเรื่องค่าบริการอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผลจากการตั้งสมมติฐานจึงไม่สอดคล้องกับการตั้งสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการศึกษาที่ได้รับนั้น พบว่ามีความพอใจในระดับมาก เพราะมีความทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล ประหยัดเวลากว่าช่องทางอื่นๆ และผลจากการที่ได้ตั้งสมมติฐานนั้น จึงสรุปได้ว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาที่ได้ เปรียบเสมือน เป็นตัวแทนของกลุ่มคนในเขตเมือง ซึ่งคนกลุ่มในเขตเมือง จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากคนนอกเมือง ทั้งนี้ผลที่ได้ในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมคนในเขตเมือง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

2. ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุงข่าวสารด้านการศึกษาของเด็กนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เนื่องจากปริมาณความถี่ที่เข้าชมเว็บไซต์การศึกษายังถือว่าอยู่ในระดับต่ำ

3. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักเรียนในความต้องการ การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการศึกษาจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผลการวิจัยจึงอาจไม่ใช่ข้อสรุปถึงพฤติกรรมความต้องการ การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการศึกษา ตลอดจนปัญหาในการแสวงหาค้นคว้าข้อมูลข่าวสาร และอาจจะนำไปใช้ในการพิจารณาแนวโน้มการนำเสนอข่าวสาร ความต้องการ ตลอดจนความสนใจของนักเรียน ถึงแม้ว่านักเรียนจะเป็นบางส่วนของประชากร แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่กำลังเจริญเติบโตเป็นกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าทุกท่าน และโรงเรียนที่ได้ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล จนสำเร็จ

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิญญา จิตรีจามรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่กรุณาให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูล ตลอดจนตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขของเนื้อหาในเล่มนี้

รายการอ้างอิง

จริมา ทองสวัสดิ์. 2545. ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์

สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
นิเทศศาสตรพัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ต้องจิตต์ สุวรรณสร. 2543. ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้
ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระบบการรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในระบบกลาง. ม.ป.ป. ความเป็นมาของระบบ Admission
(Online). www.cuas.or.th, 23 กรกฎาคม 2553.

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. 2547. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน
ประเทศไทย ปี 2546. กรุงเทพมหานคร: บริษัทด้านยุทธศาสตร์การพิมพ์.

สถาบันกวดวิชา พ. 2552. ผิดซ้ำจาก “สอบ Admission” การศึกษาเหลวหรือระบบช่วย (Online).

www.rorchula.com/index.php?mo=3&art=264668, 23 สิงหาคม 2553.

**ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการสื่อสารภายใน
องค์กรกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด**
**THE RELATIONSHIPS BETWEEN OPINION TOWARDS INFORMATION,
INTERNAL COMMUNICATION PATTERNS AND WORKING
SATISFACTION AMONG THE EMPLOYEES
OF ING LIFE LIMITED COMPANY**

ณัฐพงษ์ ล้อมชวการ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail : NuttapongL@inglife.co.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กร รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ได้แก่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test

ผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และด้านข้อบกพร่องของข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ด้านระดับความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าวสารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในด้านการติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง แบบล่างสู่บน และแบบข้ามสายมีความคิดเห็นในระดับมากกับการสื่อสารแบบแนวนอนมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในองค์กรระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารในองค์กร รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในองค์กรไม่แตกต่างกัน ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในองค์กร รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : องค์กร พนักงาน รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ABSTRACT

This study focused on the relationship between opinion toward information, internal communication patterns; and working satisfaction of ING Life Ltd Employees. The study used questionnaires to collect the data and analyzed it with the statistics procedure include percentage, mean, S.D., t-test and F-test.

The results of this study revealed that most of the respondents had a neutral degree of opinion toward the quantity of information they received and the faults of information in the internal communication process. However, most of them had a high degree of opinion toward the accuracy of information that received from the data source. In addition, for the opinion towards the internal communication patterns, most of the respondents had a neutral degree in the downward, upward, and cross-functional communications while having a high degree on horizontal communication pattern. Besides, the working satisfaction was found in a high degree among these respondents.

The results from examining the hypotheses found that there were no significant differences between gender, age, and working period of respondents' opinions toward information, internal communication patterns and working satisfaction. However, for the relationships between information, internal communication patterns and working satisfaction of ING Life Ltd Employees, the results were found the relation among these variables.

KEYWORDS: Organization, Employees, Opinion, Internal Communication Patterns, Working Satisfaction

บทนำ

ในโลกปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถรับรู้ เรียนรู้ และการเข้าถึงข้อมูล เพื่อรับรู้ เรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ องค์กรต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ องค์กรให้สามารถดำเนินต่อไปได้และเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความเป็นผู้นำที่ก้าวนำองค์กรอื่น ๆ การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวให้สามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ท่ามกลางสภาพการณ์เช่นนี้ผู้บริหารองค์กรที่ชาญฉลาดและมีภาวะผู้นำจะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่งในบรรดากลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้บริหารจะต้องนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น “กลยุทธ์การสื่อสาร”

กลยุทธ์การสื่อสารเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญที่สุด เพราะการสื่อสารเป็นกลยุทธ์หรือกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่การรับรู้ เรียนรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันของบุคลากรทั่วทั้งองค์กรตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงระดับปฏิบัติการ ทำให้สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ร่วมกันได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องนำมาใช้ให้สอดคล้องกับพื้นฐานขององค์กรทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบการบริหาร ทักษะคิด และค่านิยม รวมทั้งวัฒนธรรมของบุคลากรในองค์กร จึงจะทำให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ “กลยุทธ์การสื่อสาร” จึงเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและต้องนำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่องค์กร (ทิพย์ภา น้อยสกุล, 2553)

สำหรับในธุรกิจเกี่ยวกับการลงทุนและการประกันภัยนั้นก็นับว่าเป็นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ มีหน่วยงานและพนักงานจำนวนมาก ดังเช่น บริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด ประเทศไทย ได้เริ่มดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2541 บริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด เป็นหนึ่งใน ไอเอ็นจีกรุ๊ป ที่เป็นสถาบันทางการเงินระดับโลกที่ถือ

กำเนิดจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ให้บริการทางด้านการธนาคาร การลงทุน ประกันชีวิตและประกันวัยเกษียณ มีพนักงานมากกว่า 400 คนปฏิบัติงานในสำนักงานสาขารวมกว่า 40 แห่งทั่วประเทศ (ไอเอ็นจีประกันชีวิต, 2553)

องค์กรที่มีขนาดใหญ่ไม่อาจหลีกเลี่ยงปัญหาหรืออุปสรรคของการติดต่อสื่อสารที่อาจเกิดขึ้นได้ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารมิใช่เป็นเพียงการถ่ายทอดความคิดเห็นจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการตีความหรือการแปลความหมายเนื้อหาของการติดต่อสื่อสารเกิดขึ้นหลายขั้นตอนในระหว่างทางนั้น ซึ่งจะเห็นความผิดพลาดได้จากโครงสร้างการบริหารงานภายในองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งมีลำดับขั้นต่างๆ มากมาย ข่าวสารต้องผ่านหลายจุดขึ้นและลงระหว่างสายการบังคับบัญชาในระดับต่างๆ ข่าวสารที่ถ่ายทอดกันอาจถูกบิดเบือน กลั่นกรอง หรือตกหล่นขาดหายไป ยังผลให้บุคลากรขององค์กรบางส่วนที่อยู่ไกลออกไปไม่ได้รับข่าวสารที่แท้จริงหรือไม่ได้รับข่าวสารที่ควรจะได้รับ (กรชวล หอมไกรลาส, 2540)

นอกจากอุปสรรคของการติดต่อสื่อสารที่เกิดจากโครงสร้างขององค์กรแล้ว ยังมีอุปสรรคในด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นในเชิงเทคนิคของกระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อความหมาย เช่น ความเหมาะสมของเวลา ปริมาณข่าวสาร ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมและภาษา และอุปสรรคที่เกิดจากปัจจัยทางจิตวิทยา ที่ก่อให้เกิดปัญหาในเรื่องเกี่ยวกับการบิดเบือนของสารและปัญหาการสื่อความในระดับบุคคล เช่น ความแตกต่างในการรับรู้ของแต่ละบุคคล การประเมินแหล่งข่าว เป็นต้น (วัลย์ลิกา ปัญจมะวัต, 2550)

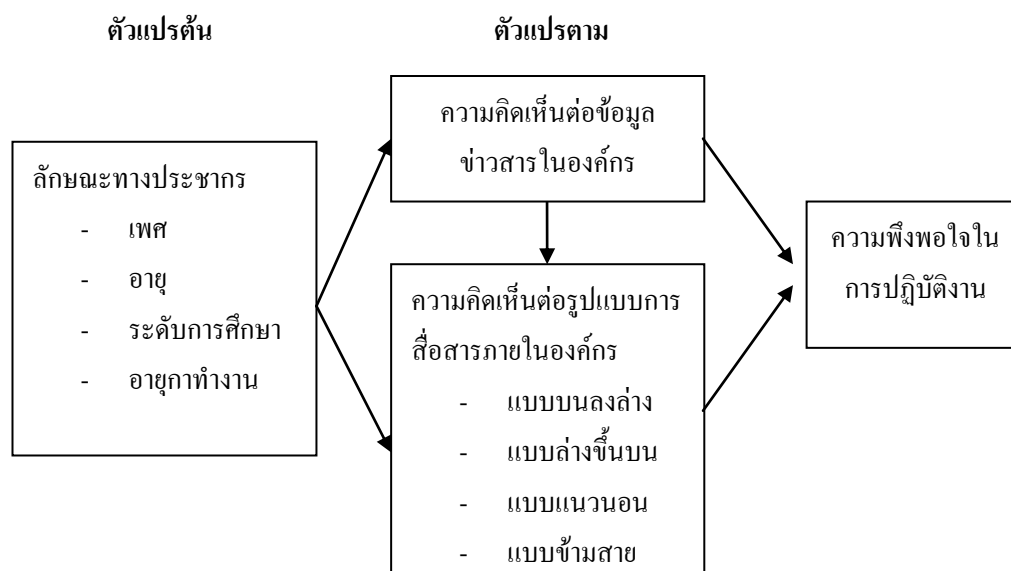
โครงสร้างการบริหารงานของบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด จะมีทั้งสายงานการบังคับบัญชาและผู้ได้บังคับบัญชา ซึ่งแน่นอนว่าจะทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร ทั้งการสื่อสารจากบนลงล่างในการมอบหมายนโยบาย การสั่งงาน และการดำเนินกิจกรรมต่างๆ นอกจากนี้ปัญหาจากการสื่อสารจากล่างขึ้นบน เช่น การรายงานผลการดำเนินงาน การเสนอแนะความคิดเห็นต่างๆ ในการทำงานสู่ผู้บังคับบัญชา หรือตลอดจนการสื่อสารในระดับเดียวกันระหว่างพนักงานหรือการสื่อสารข้ามสายงานอาจเป็นเหตุให้เกิดความไม่พึงพอใจในการสื่อสาร และอาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานอีกด้วย ดังนั้นผลการทำงานที่ออกมาจะไม่ได้คุณภาพ สิ่งเหล่านี้เป็นผลเสียต่อองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กร หากวิเคราะห์ในเชิงพฤติกรรมการสื่อสารของบุคลากรระดับต่างๆ จะพบว่ามีการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การสนทนาตัวต่อตัว การสัมภาษณ์ ฯลฯ และการสื่อสารกับกลุ่ม เช่น การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม ฯลฯ การสื่อสารกับประชุมชน เช่น การส่งบันทึกเวียน การประกาศการตีพิมพ์ในสิ่งตีพิมพ์เอกสารขององค์กร ฯลฯ การสื่อสารภายในองค์กรเชิงพฤติกรรมเป็นการศึกษาการสื่อสารผสมผสานกับการจัดการและการบริหารงานในองค์กรไม่ว่าจะเป็นสื่อสารจากบุคลากรไปยังผู้บังคับบัญชาหรือการสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังบุคลากร หรือการสื่อสารในระดับเดียวกัน พฤติกรรมการสื่อสารเปรียบเสมือนกลไกที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคมมนุษย์ อีกทั้งยังเป็นดัชนีบ่งชี้ถึงระดับความเจริญก้าวหน้าของสังคมอีกด้วย หากมองย้อนจากสังคมดั้งเดิมมาสู่สังคมสมัยใหม่ ย่อมปรากฏเป็นที่ชัดเจนว่ามนุษย์ได้พยายามปรับปรุงและพัฒนาวิธีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างกันและกันมาโดยตลอด พร้อมทั้งพยายามเสริมสร้างประสิทธิภาพของการสื่อสารไม่ว่าในแง่ของความเร็ว กว้างไกล ความถูกต้องชัดเจน ตลอดจนความหลากหลาย โดยคำนึงถึงความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพการณ์ทางสังคมในแต่ละยุคสมัย การสื่อสารภายในองค์กรจึงเป็นศูนย์กลางที่ทำให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกัน ถึงแม้ว่าภายในองค์กรเองได้มีการแบ่งย่อย แบ่งสาขาอย่างหลากหลาย แต่การมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมสื่อสารใน

องค์กรที่จะสามารถสร้างความมั่นคงและเหนียวแน่นเหมือนกาวที่ยึดติดองค์กรให้คงอยู่ได้ (ทิพยาภา น้อยสกุล, 2553)

จากการตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรทั้งด้านข้อมูลข่าวสารและรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ร่วมกับการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด ต่อการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการสื่อสารของบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงช่วยเสริมสร้างรูปแบบที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่พนักงานเพื่อที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีในการทำงานต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างทางลักษณะประชากรกับความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในองค์กรกับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด ในส่วนเฉพาะสำนักงานใหญ่ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งหมด 385 คน นำมาคำนวณโดยใช้สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (อกินันท์ จันตะนี, 2549, หน้า 35) จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 196.17 คน และเพื่อให้การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ลดจำนวนความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงให้มีจำนวนตัวอย่างเป็น 200 คน ข้อมูลที่ทำการเก็บรวบรวมมานั้นผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) และเชิงอนุมานได้แก่ t-test และ F-test (One-way Analysis of Variance) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

สรุปผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในด้านปริมาณ ระดับความถูกต้อง และข้อบกพร่องของข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กร

ในด้านปริมาณของข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง โดยได้รับปริมาณข้อมูลจากแหล่งข้อมูลข่าวสารในระดับมากจาก อีเมล รองลงมาคือ การสนทนา/แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนพนักงานในหน่วยงาน

ในด้านระดับความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าวสาร พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าได้รับความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าวสาร ในระดับมากจาก ผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน รองลงมาคือ อีเมล

ในด้านข้อบกพร่องของข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กร พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กรมีข้อบกพร่องในระดับปานกลาง โดยข้อบกพร่องที่พบมากที่สุดคือ ขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารมีมากเกินไป รองลงมาคือ การตีความหมายของสิ่งที่ต้องการสื่อสารผิด

2. ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ทั้งการสื่อสารจากบนสู่ล่าง จากล่างสู่บน ตามแนวนอน และแบบข้ามสาย

ในการติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่าง พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยมีระดับความคิดเห็นในระดับมากในเรื่อง รู้สึกพึงพอใจที่ผู้บังคับบัญชาได้แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรให้ทราบอยู่เสมอ รองลงมาคือ รู้สึกพึงพอใจที่ผู้บังคับบัญชาสามารถให้คำปรึกษาและแนะแนวทางที่เหมาะสม เพื่อใช้แก้ปัญหาในการทำงานที่เกิดขึ้น

ในการติดต่อสื่อสารแบบล่างสู่บน พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารแบบล่างสู่บนในระดับปานกลาง โดยมีระดับความคิดเห็นในระดับมากในเรื่องที่สามารถเข้าพบผู้บังคับบัญชาเพื่อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ในหน่วยงานได้ตลอดเวลา รองลงมาคือ การมีอิสระอย่างเต็มที่ในการแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการทำงานต่อผู้บังคับบัญชา

ในด้านการติดต่อสื่อสารแบบแนวนอน พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยในเรื่องบรรยากาศในการสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานมีความเป็นกันเองและเป็นมิตร รองลงมาคือ ยินดีรับฟังคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน แม้ว่าขัดแย้งกับแนวความคิดของตน

ในด้านการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสาย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยอันดับสูงสุดคือ การได้รับความร่วมมือจากการประสานงานกับสายงานอื่นอยู่เสมอ รองลงมาคือ เมื่อขอคำปรึกษาในเรื่องงาน รู้สึกว่าสายงานอื่นมักไม่ค่อยเห็นความสำคัญเท่าที่ควร

3. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในองค์กร

ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในองค์กร พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุดคือ มีเพื่อนร่วมงานที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกันและสามารถทำงานแทนกันได้ รองลงมาคือ รู้สึกพอใจบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และสถานที่ทำงานมีความสะอาดและเป็นระเบียบ

ส่วนในการพิสูจน์สมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงานแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารในองค์กร รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในองค์กร และคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ในส่วนของการให้ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลข่าวสารในระดับมากจาก อีเมล รองลงมาคือ การสนทนา/แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนพนักงานในหน่วยงาน จะเห็นได้ว่าอีเมลมีความสำคัญในลำดับแรก เพราะในปัจจุบันนี้หลายหน่วยงานให้ความสำคัญกับช่องทางการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต อีเมล การทำงานในแต่ละวันในหน่วยงาน ทุกคนจะต้องมีอีเมลเพื่อการติดต่อสื่อสารอยู่แล้วและอีเมลจะเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารลำดับแรกๆ เพื่อการแจ้งหรือการกระจายข้อมูลข่าวสารให้พนักงานในหน่วยงานทราบ และยังเป็นการสื่อสารภายในองค์กรที่รวดเร็วและประหยัดที่สุดอีกทางหนึ่งด้วย ส่วนที่รองลงมาคือ การสนทนา/แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนพนักงานในหน่วยงาน เพราะในหน่วยงานทุกคนจะต้องทำงานร่วมกัน ติดต่อสื่อสารกันเป็นประจำทั้งในแผนกเดียวกันและต่างแผนก ต้องมีการประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ช่วยกันแก้ปัญหา และสร้างความเข้าใจระหว่างบุคคลให้เกิดขึ้น

ระดับการให้ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านระดับความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าวสารในระดับมากจาก ผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่าบุคคลในองค์กรยอมเชื่อถือข้อมูลจากผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานเพราะจะเป็นผู้ที่กลั่นกรองข้อมูลมาแล้วในระดับหนึ่ง เป็นผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน ซึ่งบุคคลภายใต้ผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานยอมเชื่อถือว่าข้อมูลที่ได้รับมามีความถูกต้อง

ระดับการให้ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านข้อบกพร่องของข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ในหน่วยงานนั้นมีทั้งสายงานของระดับผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหาร และพนักงานที่ปฏิบัติงานทั่วไป การติดต่อ สื่อสารในบางครั้งก็ไม่สามารถที่จะถ่ายทอดจากผู้บริหารระดับสูงมาสู่พนักงานโดยตรงเลย หรือการสื่อสารจากพนักงานไปถึงยังผู้บริหารระดับสูง ขั้นตอนของการติดต่อสื่อสารจะต้องมีการปฏิบัติและแจ้งข่าวสารกันตามขั้นตอนและกฎระเบียบขององค์กร ซึ่งในบางครั้งการที่ต้องปฏิบัติตามลำดับขั้นตอนภายในหน่วยงาน อาจทำให้ผู้ปฏิบัติงานมองว่ามีขั้นตอนที่ยืดยาวมากเกินไป ส่วนในเรื่องของการตีความหมายของสิ่งที่ต้องการสื่อสารผิวนั้น ด้วยในแต่ละองค์กรขนาดใหญ่ย่อมมีพนักงานมากเป็นปกติอยู่แล้ว ในการสื่อสารแต่ละครั้งถ้ามีปริมาณข้อมูลข่าวสารเยอะหรือมากเกินไป ขั้นตอนในการสื่อสารมากเกินไป กว่าที่พนักงานผู้ปฏิบัติงานจะได้รับข้อมูลข่าวสารนั้นๆ อาจมีความคลาดเคลื่อนหรือเข้าใจไม่ตรงกันได้ ฉะนั้นจากข้อบกพร่องของข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภายในองค์กรที่ได้กล่าวมาทั้งสองเรื่องข้างต้นนั้น จะเห็นว่าเป็นอุปสรรคต่อการติดต่อสื่อสารในองค์กรอย่างมาก

ในส่วนของการพิสูจน์สมมติฐานนั้น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงานแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารในองค์กร รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิง ระดับอายุจะมากหรือน้อย การศึกษาที่ต่างกัน และอายุการทำงานต่างกัน ก็สามารถมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรได้เท่าๆ กัน เพราะรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีหรือไม่ดีก็กระทบต่อการทำงานของกลุ่มตัวอย่างเช่นกัน ระดับความคิดเห็นอาจเกิดขึ้นในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรด้วยว่ามีประสิทธิภาพขนาดไหนต่อความรู้สึกนึกคิดของคนภายในองค์กร นอกจากนี้ ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารในองค์กร และความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการปฏิบัติงานนั้นไม่เพียงแต่จะวัดเรื่องการสื่อสารแต่ในองค์กรเพียงอย่างเดียว ยังมีองค์ประกอบรวมอีกหลายๆ อย่างที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พอใจในงานได้ เพราะการทำงานถ้าผู้ปฏิบัติงานสามารถยอมรับได้กับสภาพแวดล้อมหรือสิ่งนั้นๆ เขาก็ยังคงพอใจในงานอยู่ แต่ถ้าองค์ประกอบเหล่านั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ก็อาจทำให้มีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการปฏิบัติงานในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. พนักงานส่วนใหญ่จะเชื่อถือและต้องการข้อมูลจากผู้บริหาร ดังนั้นทางผู้บริหารควรมีการพบปะพูดคุย ให้ข้อมูลข่าวสารและสอบถามการทำงานของพนักงานของสม่ำเสมอ ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานกับพนักงานได้อีกทางหนึ่งด้วย
2. ในปัจจุบันนี้การสื่อสารองค์กร พนักงานส่วนใหญ่จะรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างรวดเร็ว และช่องทางการสื่อสารนั้นคือ อินเทอร์เน็ต/อีเมล ดังนั้น ทางองค์กรควรปรับปรุงการสื่อสารผ่านช่องทางเหล่านี้ ควรปรับปรุงในด้านเนื้อหาที่น่าสนใจผ่านสื่อต่างๆ ในองค์กร โดยเฉพาะข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร การ

ปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรหรือนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร หรือข่าวสารต่างๆ ที่มีความสำคัญและมีผลกระทบต่อพนักงานโดยตรงให้มีความชัดเจนและให้ความสำคัญต่อผู้ได้บังคับบัญชาให้มาก

3. ความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรนั้น พบว่าการสื่อสารจากล่างสู่บนมีความคิดเห็นระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น ควรปรับปรุงและเพิ่มช่องทางการสื่อสารสำหรับผู้บังคับบัญชาที่จะเสนอความคิดเห็นและพูดคุยการทำงานและปัญหาต่างๆ กับผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานได้ โดยอาจจัดให้มีการประชุมหรือสัมมนาเป็นครั้งคราวหรือใช้เทคโนโลยีต่างๆ เช่น การใช้อีเมล เข้ามาเป็นตัวช่วยในการติดต่อสื่อสาร

4. ควรมีการทำประเมินผลการสื่อสารในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลที่ได้รับนอกจากจะสร้างความเข้าใจในการทำงานร่วมกันแล้ว ยังช่วยปรับปรุงและสร้างความเข้าใจในองค์กรทั้งระหว่างผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชา กับพนักงาน และระหว่างพนักงานด้วยกันเอง เป็นการประเมินการทำงานและปรับปรุงการทำงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งงานวิจัยค้นคว้าอิสระ สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัทรกร สังขปริชา อาจารย์ที่ปรึกษา ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์อย่างสูงในโอกาสนี้ด้วย

รายการอ้างอิง

กรขวัล หอมไกรลาส. 2540. รูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัด

กระทรวงคมนาคม. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทิพยาภา น้อยสกุล. (2553). พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารองค์กร) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วัลย์ธิดา ปัญจมะวัต. 2550. ความพึงพอใจของพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยต่อการสื่อสารในองค์กร. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล (การจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิรักษ์ จันตะนี. 2549. การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิจัยทางธุรกิจ. ฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

อภิรดี วรณิษฐกุล. 2545. การสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา: โรงแรมมณเฑียร. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไอเอ็นจีประกันชีวิต. 2553. ประวัติไอเอ็นจี (ประเทศไทย). สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2553, จาก

<http://www.inglife.co.th/pages/about/ingthaihistory.aspx>

ปัญหากฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินตามกฎหมายไทย
LEGAL ISSUES WITH RESPECT TO ESTABLISHMENT
OF LAND BANK UNDER THAI LAWS

นันทน์ภัส บุญยวีร์วัช

นักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : maprang_scoop@hotmail.com

บทคัดย่อ

ที่ดินเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชาชน แต่เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่จำนวนประชากรของประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการให้ได้มาซึ่งที่ดินมีเพิ่มมากขึ้น โดยที่ในสถานการณ์ปัจจุบัน เกษตรกรจำนวนมากไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเองหรือมีที่ดินเพียงเล็กน้อยไม่เพียงพอต่อการผลิตหรือต้องสูญเสียที่ดินทำกินและตกอยู่ในฐานะผู้เช่า ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาสำคัญของชาติที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศ จึงเป็นการสมควรที่รัฐจะต้องทำการแก้ไขเรื่องนี้โดยเร็ว

มาตรการทางกฎหมายเป็นมาตรการที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เนื่องจากการดำเนินการจะต้องมีระเบียบและหลักเกณฑ์ที่แน่นอนซึ่งย่อมเกิดขึ้นได้จากมาตรการทางกฎหมายที่กำหนดไว้ แต่ด้วยโครงสร้างของกฎหมายที่มีอยู่มีส่วนทำให้เกิดปัญหาการกระจายการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดินไม่เต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่มีกฎหมายจำกัดการถือครองที่ดินของเอกชนทำให้สามารถถือครองที่ดินได้ไม่จำกัด และไม่มีมาตรการทางภาษีที่มีประสิทธิภาพมาแก้ไขปัญหการกระจุกตัวของที่ดินและการกว้านซื้อเพื่อเก็งกำไรในที่ดิน ถึงแม้จะมีกฎหมายปฏิรูปที่ดินก็ไม่ได้ดำเนินการปรับปรุงสิทธิในการถือครองที่ดิน ซึ่งวิธีการดำเนินการแก้ปัญหที่เกิดขึ้นนี้จะต้องกระทำโดยการจัดที่ดินให้ประชาชนที่ควรดำเนินไปในรูปแบบของธนาคารที่ดิน โดยเป็นการจัดตั้งธนาคารที่ดินเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานปฏิรูปที่ดินและป้องกันการสูญเสียสิทธิในที่ดิน จึงเป็นการจำเป็นที่จะต้องมียกกฎหมายจัดตั้งธนาคารที่ดินให้เป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงสิทธิในการถือครองที่ดินเพื่อเกษตรกรคนให้แก่เกษตรกรผู้ทำประโยชน์ได้มีโอกาสเป็นเจ้าของที่ดิน อันเป็นการลดช่องว่างทางรายได้และเพิ่มความเป็นธรรมในสังคม ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการเสริมสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นและความมั่นคงของประเทศชาติควบคู่กันไป

ทั้งนี้ การดำเนินงานของธนาคารที่ดินจะเป็นการจัดที่ดินให้แก่ประชาชนได้เช่าหรือเช่าซื้อในระยะยาว ซึ่งต่อมาประชาชนก็จะได้กรรมสิทธิ์ในที่ดิน นอกจากนี้ การจัดตั้งธนาคารที่ดินจะต้องกระทำควบคู่ไปกับมาตรการทางภาษี อันเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาที่ดินและภาครัฐจะได้มีรายรับกลับคืนมาเพื่อใช้ในการพัฒนาพื้นที่อื่นต่อไป อย่างไรก็ตาม การจัดตั้งธนาคารที่ดินนี้ หากได้มีมาตรการทางกฎหมายที่ชัดเจนและได้รับ

การปฏิบัติอย่างจริงจังแล้ว ก็จะสามารถกระจายการถือครองที่ดินไปสู่เกษตรกร ตลอดจนสามารถพัฒนาการจัดสรรและใช้ที่ดินให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างสูงสุดและเป็นธรรม

คำสำคัญ : ที่ดิน ธนาคารที่ดิน

ABSTRACT

Land is an essential resource for mankind to live and to cultivate. It is the fact that the population is on the increase while the land is limited. Farmers are facing difficulty concerning land tenure. A substantial number of farmers do not own the piece of land of on their own or own only small piece of land. The fact that it is inadequate for their earning for living. It is a major problem that effects directly to economic and it does need and immediate and effective solution.

Legal measure, on one hand, is an important solution for the problem of land tenure. It is submitted that the delimitation of rights concerning land tenure and the acquisition of land among the rich will create a fairer system of distribution of land among the citizen. However, the existing legal measure, on the other hand, is also a part of the cause of problems of land distribution and underutilization of land resources. There is no ceiling of land holdings and no legal restrictions on the size of land that can be held by individual landowners in the current law, there is no effective tax policy which can be applied to discourage concentration of landownership or acquisition of unused land for speculative purposes. Furthermore, the emphasis of the Agricultural Land Reform Act is not on private landholdings as a means of equitable distribution of land but rather on confirmation of possession rights of small farmers in public lands.

It can be implied that allocation of land rights for people could be administered through a land bank system by the establishment of the land bank to support the land reform operation and prevent loss of rights in land. There is a need to promulgate a specific law in the form of Land Bank Act in order to establish a land bank which aims to improve the possession and ownership in land for agricultural purpose so that a farmer who has no right in land could have an opportunity to possess or to own land or to have land for their agricultural occupation permanently. The gap between the rich and the poor will be less, simultaneously fairness will be increased to the society by efficiently developing the use of land in agricultural occupation which will also make progress to the locality and the nation's security.

With the proposed land bank program, the government needs to purchase land from other private land owners and lease them out to the farmer who has no possession or ownership in land under a long-term land lease program. At the end of the leasing contract, the ownership of such land will then be transferred to the farmer. In addition, with the establishment of land bank to gather with land taxes based on the principle of progressive rates and land value taxation, the government could also invest the collected tax in other new development projects in other areas. Moreover, with respect to establishment of land bank, if the government

can regulate clearly the measures of delimitation of rights in land tenure discussed above and make them into full enforcement, it can be concluded that a fair distribution of land tenure would be achieved. This would also lead to the solution of effective use of scarced natural resources on earth which could deliver the great benefit to a large number of the public and lead to the enhancement of land utilization and distribution as a whole.

KEYWORDS : Land, Land bank

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศกสิกรรมที่ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพเกษตรกรรม รัฐบาลจึงได้เน้นและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการเกษตรตลอดมา แต่ในปัจจุบันปรากฏว่า ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของเกษตรกรนั้นอยู่ในฐานะที่ต่ำมาก เกษตรกรต้องประสบปัญหาการไร้ที่ดินทำกินและปัญหาการเช่าที่ดิน ซึ่งสาเหตุของปัญหามาจากการที่เกษตรกรไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง จึงต้องเช่าที่ดินจากนายทุนมาประกอบการเกษตรกรรม ซึ่งในการเช่าที่ดินนั้นเกษตรกรจะต้องจ่ายค่าเช่าในอัตราสูงและถูกเอารัดเอาเปรียบจากนายทุนเจ้าของที่ดิน ทำให้เกษตรกรหมดกำลังใจที่จะทำการเกษตรต่อไป ดังนั้น จึงถึงเวลาที่รัฐจะต้องดำเนินการให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรเหล่านั้นอย่างจริงจัง โดยรัฐจะต้องดำเนินการกระจายที่ดินที่เป็นของนายทุนเจ้าของที่ดินที่กระจุกตัวอยู่ในมือของคนส่วนน้อย ให้กระจายไปสู่เกษตรกรผู้ซึ่งต้องการใช้ประโยชน์ในที่ดิน เพื่อให้เกษตรกรได้มีโอกาสเป็นเจ้าของที่ดินและสามารถเข้าถึงที่ดินทำกินได้อย่างแท้จริง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวนี้ ประเทศสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) ได้ยึดหลักการปฏิรูปที่ดินของ ดร.ชุน ชัดเชน ที่เรียกว่า “หลักความเสมอภาคแห่งสิทธิในที่ดิน” (Equalization of Land Rights) โดยมีแนวคิดที่เกี่ยวกับการถือครองที่ดินที่กล่าวว่า “ที่ดินควรเป็นของผู้ทำประโยชน์ในที่ดิน” (Land to the Tiller) กล่าวคือ เมื่อเกษตรกรเป็นผู้ทำประโยชน์ในที่ดินที่ดินก็ควรเป็นของเกษตรกรผู้ทำประโยชน์นั้น (สรรเสริญ อัจจุมนานัส, 2544) ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นหน้าที่สำคัญของภาครัฐที่จะต้องดำเนินการดังกล่าว ซึ่งที่ผ่านมารัฐบาลได้มีนโยบายในการให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรในรูปแบบต่างๆ และหนึ่งในจำนวนนั้นก็คือโครงการปฏิรูปที่ดิน เพื่อช่วยให้เกษตรกรได้มีที่ดินทำกินและให้มีการใช้ที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ. 2518 แต่เนื่องจากงานปฏิรูปที่ดินเป็นงานที่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานค่อนข้างสูง จึงทำให้ผลการดำเนินงานปฏิรูปที่ดินไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร รัฐบาลจึงหันมาให้ความสนใจที่จะจัดตั้งธนาคารที่ดินขึ้นในประเทศไทย จึงได้มีการศึกษาแนวความคิดต่างๆ เกี่ยวกับธนาคารที่ดิน จนกระทั่งได้มีการทดลองการดำเนินงานธนาคารที่ดินขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย แต่ยังมีได้ทำการจัดตั้งเป็นธนาคารที่ดินเพียงแต่จัดตั้งกองทุนที่ดินขึ้นในธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เมื่อปี พ.ศ. 2534 ซึ่งเป็นการดำเนินงานในระยะสั้นจึงไม่สามารถเห็นพัฒนาการหลังจากมีการจัดตั้งธนาคารที่ดินในรูปแบบของกองทุนที่ดินได้อย่างชัดเจน (อารีย์ คุ่มล่อม, 2538)

ทั้งนี้ ธนาคารที่ดินจะเป็นองค์กรของรัฐที่จะเข้ามาให้ความช่วยเหลือเกษตรกรที่ไม่มีที่ดินทำกินให้ได้มีที่ดินทำกิน โดยจะนำที่ดินของรัฐหรือที่ดินของเอกชนที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มาจัดสรรให้แก่เกษตรกรได้เข้าทำประโยชน์ในที่ดินนั้น นอกจากนี้ ธนาคารที่ดินยังทำหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกรโดยให้สินเชื่อเพื่อการจัดหาและพัฒนาที่ดิน ทำให้เกษตรกรที่ได้รับที่ดินที่ธนาคารจัดสรรไปให้ได้มีเงินทุนใน

การประกอบการเกษตรกรรม โดยการดำเนินงานของธนาคารที่ดินจะไม่ดำเนินงานในทางการค้าเชิงพาณิชย์และมิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาผลกำไร แต่จะดำเนินงานในรูปแบบขององค์กรมหาชนที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกร (ไชยวงศ์ ชูชาติ, 2519) ซึ่งขณะนี้มีการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันบริหารจัดการธนาคารที่ดิน (องค์กรมหาชน) พ.ศ. 2554 เพื่อกำหนดให้เป็นสถาบันที่ทำหน้าที่ในการจัดตั้งธนาคารที่ดินของประเทศไทย นอกจากนั้น การจัดตั้งธนาคารที่ดินยังต้องกระทำควบคู่ไปกับมาตรการทางภาษี โดยเป็นการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เพื่อให้ธนาคารที่ดินได้มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินงานที่มั่นคงและเพียงพอ อย่างไรก็ตาม ในการจัดตั้งธนาคารที่ดินนี้จะต้องมีการออกกฎหมาย ทั้งในส่วนของการจัดตั้ง การดำเนินงาน และในส่วนของมาตรการทางภาษีให้มีความชัดเจน เพื่อให้สามารถจัดตั้งธนาคารที่ดินขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม

อนึ่ง จากประสบการณ์ในต่างประเทศ ธนาคารที่ดินแห่งไต้หวันและธนาคารที่ดินแห่งฟิลิปปินส์มีการดำเนินงานภายใต้โครงการปฏิรูปที่ดินของรัฐและเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การปฏิรูปที่ดินประสบความสำเร็จได้ ซึ่งนอกจากจะมีธนาคารที่ดินแล้ว ยังมีมาตรการทางภาษีในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างอีกด้วย จึงเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่จะนำวิธีการดำเนินการดังกล่าวมาเป็นต้นแบบหรือแนวทางในการจัดตั้งธนาคารที่ดินของประเทศไทย ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงจะทำการศึกษาถึงปัญหากฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินตามกฎหมายไทย โดยจะทำการศึกษาลงลึกถึงหลักการและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งธนาคารที่ดินในต่างประเทศ อันได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) และประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ที่มีการจัดตั้งธนาคารที่ดินที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ให้เห็นถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาโดยการพัฒนาปรับปรุงกฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินตามกฎหมายไทยให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของการจัดตั้งธนาคารที่ดินและแนวความคิดในการจัดตั้งธนาคารที่ดินในประเทศไทยและต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการที่ดินและกฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินในประเทศไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาปัญหากฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินตามกฎหมายไทย
4. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหากฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินตามกฎหมายไทยเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนากฎหมายให้มีประสิทธิภาพต่อไป

3. วิธีการดำเนินวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ ทำการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาแบบวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งจะรวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในรูปแบบของสื่อประเภทหนังสือ หนังสือพิมพ์ บทความ บทบัญญัติกฎหมาย และสื่อประเภทข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสืบค้น จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้

จากการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวมาทำการศึกษา เรียบเรียงและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อหาข้อสรุปของการศึกษา และเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมหลังจากพบปัญหาที่ได้จากผลการวิจัย

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของการจัดตั้งธนาคารที่ดินและแนวความคิดในการจัดตั้งธนาคารที่ดินในประเทศไทยและต่างประเทศ
2. ทำให้ทราบถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการที่ดินและกฎหมายในการการจัดตั้งธนาคารที่ดินในประเทศไทยและต่างประเทศ
3. ทำให้ทราบถึงปัญหากฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินตามกฎหมายไทย
4. ทำให้ทราบผลการศึกษาวิเคราะห์ปัญหากฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินตามกฎหมายไทย สำหรับการหาแนวทางในการแก้ไขและพัฒนากฎหมายให้มีประสิทธิภาพซึ่งอาจเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานเกี่ยวกับธนาคารที่ดินในอนาคตต่อไป

5. สรุปผลการวิจัย

ในอดีตที่ผ่านมา รัฐบาลแต่ละยุคสมัยได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและมีนโยบายในการให้ความช่วยเหลือเกษตรกรเหล่านั้นด้วยวิธีการต่างๆ มากมาย โดยอาศัยกฎหมายเป็นเครื่องมือในการแก้ไขความไม่เป็นธรรมในสังคม อาทิ ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 พระราชบัญญัติจัดที่ดินเพื่อการครองชีพ พ.ศ. 2511 พระราชบัญญัติการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ. 2518 ฯลฯ (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กองบริหารจัดการที่ดิน, 2551) ประกอบกับได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่มาดำเนินการให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมโดยเฉพาะ อาทิ กองทุนการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) เป็นต้น แต่ผลการดำเนินงานไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร จึงเกิดแนวความคิดที่จะทำการจัดตั้งธนาคารที่ดิน (คณะทำงานศึกษามาตรการการกระจายการถือครองที่ดิน, 2552)จนกระทั่ง ได้มีการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันบริหารจัดการธนาคารที่ดิน (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2554 เพื่อให้เป็นสถาบันที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการเพื่อให้เกิดการกระจายการถือครองที่ดินที่เป็นธรรม ให้มีการใช้ประโยชน์ในที่ดินอย่างเหมาะสมและดำเนินการจัดตั้งธนาคารที่ดินให้เกิดมีขึ้นในประเทศไทย

อนึ่ง การดำเนินการจัดตั้งธนาคารที่ดินในประเทศไทยนั้น ควรทำการศึกษาแนวทางการจัดตั้งธนาคารที่ดินในต่างประเทศที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน คือ ธนาคารที่ดินแห่งไต้หวัน (Land Bank of Taiwan) และธนาคารที่ดินแห่งฟิลิปปินส์ (Land Bank of the Philippines) ที่ดำเนินงานภายใต้โครงการปฏิรูปที่ดินตามแผนการปฏิรูปที่ดินของรัฐ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของ ดร.ซุน ยัตเซน ที่กล่าวว่า “ที่ดินควรเป็นของผู้ทำประโยชน์ในที่ดิน” (Land to the Tiller) โดยในประเทศสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) มีกฎหมายที่ดิน (Land Act) ค.ศ. 1946, Regulations Governing the Sale of Public Farm Lands to Establish Owner – Farmers in Taiwan Province ค.ศ. 1951 และ Land to the Tiller Act ค.ศ. 1953 ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์สำคัญในการดำเนินการปฏิรูปที่ดินและการจัดเก็บภาษีที่ดิน (ไชยยศ เหมะรัชตะ, 2530) ส่วนในประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ก็มีกฎหมายการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ค.ศ. 1963 (Republic Act No. 3844), กฎฎีกาประธานาธิบดี ฉบับที่ 27 ค.ศ. 1972

(Presidential Decree No. 27) และกฎีกาประธานาธิบดี ฉบับที่ 464 ค.ศ. 1974 (Presidential Decree No. 464) ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการปฏิรูปที่ดินและการจัดตั้งธนาคารที่ดิน รวมถึงหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีที่ดินด้วย โดยในการดำเนินงานของธนาคารที่ดินนั้นจะเป็นการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่โครงการปฏิรูปที่ดินและให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรแก่เกษตรกร ซึ่งจากประสบการณ์ความสำเร็จของธนาคารที่ดินแห่งไต้หวันและธนาคารที่ดินแห่งฟิลิปปินส์นั้น ภาครัฐควรที่จะดำเนินการจัดตั้งธนาคารที่ดินในประเทศไทยเพื่อให้เป็นองค์กรหรือสถาบันการเงินที่จะเข้ามารับผิดชอบให้มีการใช้ประโยชน์ในที่ดินอย่างเหมาะสมและสนับสนุนทางการเงินแก่การปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ตลอดจนดำเนินการกระจายการถือครองที่ดิน ให้เกษตรกรได้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินอย่างทั่วถึงและสามารถเข้าถึงที่ดินทำกินได้อย่างแท้จริง (อารีย์ กุ่มล้อม, 2538)

นอกจากนี้ ในการจัดตั้งธนาคารที่ดินนั้นควรจะต้องดำเนินการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นเอกเทศ โดยในขั้นแรกควรที่จะดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการสถาบันบริหารจัดการธนาคารที่ดิน ให้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายการบริหารงานของสถาบัน ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขเกี่ยวกับการให้สินเชื่อเพื่อจัดหาและพัฒนาที่ดินแก่เกษตรกรและผู้ยากจน และกระทำการอื่นใดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสถาบัน เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินงานของธนาคารที่ดิน ทั้งนี้ สิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำการดำเนินงานของธนาคารที่ดินสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ก็คือ เงินทุนในการดำเนินงาน ดังนั้น ธนาคารที่ดินจึงต้องทำหน้าที่ในการระดมเงินทุนโดยการแสวงหาเงินทุนจากแหล่งทุนทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ (ไชยงค์ สุขชาติ, 2520) เพื่อหาเงินทุนในจำนวนที่เพียงพอมาดำเนินการมิให้ธนาคารที่ดินต้องประสบกับความล้มเหลวอย่างที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ซึ่งเงินทุนในการจัดตั้งธนาคารที่ดินนั้น ในเบื้องต้นรัฐบาลจะเป็นผู้ระดมทุนโดยการสำรองเงินทุนให้ก่อนส่วนหนึ่งในการถือหุ้นในธนาคารจำนวนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งจะได้มาจากเงินกู้จากสถาบันต่างๆ และจากการขายพันธบัตรที่ดิน นอกจากนี้ การจัดตั้งธนาคารที่ดินควรจะต้องดำเนินการควบคู่ไปกับมาตรการทางภาษี ซึ่งเป็นการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยจะนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจัดเก็บภาษีมาเป็นเงินทุนในการดำเนินงานของธนาคารที่ดิน ทำให้ธนาคารที่ดินได้มีแหล่งเงินทุนที่มีความมั่นคงถาวรและเพียงพอ นอกเหนือจากเงินทุนที่รัฐบาลจัดสรรให้และเงินทุนที่ธนาคารที่ดินได้กู้มาจากสถาบันต่างๆ (มูลนิธิสถาบันที่ดิน, 2544) นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการดำเนินงานของธนาคารที่ดินก็คือ ที่ดิน ทั้งในส่วนที่เป็นที่ดินของรัฐและที่ดินของเอกชน ซึ่งการดำเนินการกระจายสิทธิในที่ดินของธนาคารที่ดินนี้จะเป็นการจัดที่ดินให้แก่เกษตรกรผู้ยากจน หรือผู้ประสงค์จะใช้ประโยชน์ในที่ดิน ได้เช่าหรือเช่าซื้อที่ดินที่จัดให้นั้น เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นได้มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง ฉะนั้น ธนาคารที่ดินจึงต้องมีที่ดินในจำนวนที่มากพอที่จะทำการจัดสรรให้แก่บุคคลเหล่านั้นได้อย่างทั่วถึง ซึ่งเพียงแค่ที่ดินของรัฐที่มีอยู่ก็อาจจะไม่เพียงพอที่จะนำมาจัดสรรให้ได้ทั้งหมด รัฐจึงต้องทำการจัดซื้อที่ดินของเอกชนมาเพื่อให้ธนาคารที่ดินได้นำที่ดินเหล่านั้นมาจัดสรรให้แก่เกษตรกรด้วย โดยในการดำเนินงานของธนาคารที่ดินนั้นจะเป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายที่จะต้องกำหนดหลักเกณฑ์การดำเนินงานต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน

สรุปได้ว่า ธนาคารที่ดินจะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการกระจายสิทธิในที่ดิน ซึ่งเชื่อมโยงกับมาตรการทางภาษี แต่จากการศึกษาพบว่าการจัดตั้งธนาคารที่ดินที่ภาครัฐกำหนดนั้นยังไม่มี ความชัดเจน จึงเป็นหน้าที่สำคัญของภาครัฐที่จะต้องดำเนินการอย่างจริงจัง โดยในการดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ทั้งในส่วนของการจัดหา

เงินทุนและในส่วนของการจัดหาที่ดินนั้น ภาครัฐจะต้องทำการส่งเสริมและผลักดันให้มีการออกกฎหมายธนาคารที่ดินและกฎหมายที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ให้มีความชัดเจนและสามารถบังคับใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ

6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานะกฎหมายของประเทศไทยและต่างประเทศ อันได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) และประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะอันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการที่ดินและการจัดตั้งธนาคารที่ดินของประเทศไทย ดังต่อไปนี้

(1) ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 ไม่มีบทบัญญัติในการจำกัดขนาดการถือครองที่ดิน ส่งผลให้เกิดปัญหาการกระจุกตัวของที่ดินและที่ดินถูกปล่อยทิ้งร้างว่างเปล่าไม่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่างจากกรณีของสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) ที่มีกฎหมายจำกัดขนาดการถือครองที่ดิน โดยในกฎหมายที่ดิน (Land Act) ค.ศ. 1946 มีบทบัญญัติในการกำหนดอัตราการถือครองที่ดินขั้นสูงสุดไว้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้นำบทกฎหมายของประเทศไทยได้หวั่น มาเป็นแนวทางในการบัญญัติกฎหมายในการจำกัดขนาดการถือครองที่ดินของประเทศไทย

(2) เมื่อไม่มีกฎหมายในการจำกัดขนาดการถือครองที่ดิน จึงเป็นการยากที่ภาครัฐจะนำที่ดินของเอกชนมาจัดสรรให้แก่เกษตรกรในรูปแบบของธนาคารที่ดินได้ ในการนี้ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้มีการตรากฎหมายที่ให้อำนาจรัฐสามารถบังคับซื้อที่ดินเพื่อการส่งเสริมการเกษตรกรรม โดยนำบทบัญญัติในภาค 5 ว่าด้วยการบังคับซื้อที่ดินแห่งกฎหมายที่ดิน (Land Act) ค.ศ. 1946 ของประเทศสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) และในกฤษฎีกาประธานาธิบดีฉบับที่ 27 ค.ศ. 1972 (Presidential Decree No. 27) ของประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ที่มีหลักเกณฑ์ในการจัดการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในที่ดิน มาเป็นแนวทางในการบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวกับการบังคับซื้อที่ดินดังกล่าว

(3) ในประเทศสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) และประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ได้มีการบัญญัติหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีที่ดินไว้ในกฎหมายที่ดิน (Land Act) ค.ศ. 1946 ว่าด้วยเรื่องภาษีที่ดิน และในกฤษฎีกาประธานาธิบดี ฉบับที่ 464 ค.ศ. 1974 (Presidential Decree No. 464) ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้นำบทบัญญัติในการจัดเก็บภาษีดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประเทศไทยด้วย

(4) ในส่วนของกฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินในประเทศไทย ปัจจุบันมีเพียงพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันบริหารจัดการธนาคารที่ดิน (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2554 ยังไม่มีกฎหมายธนาคารที่ดินเป็นการเฉพาะ ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้ภาครัฐดำเนินการส่งเสริมผลักดันให้มีการตราพระราชบัญญัติธนาคารที่ดิน โดยนำบทบัญญัติกฎหมายของสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) และประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มาเป็นแนวทางดังต่อไปนี้

(4.1) กำหนดหลักการและวิธีดำเนินงานของธนาคารที่ดิน โดยในประเทศไทยมีกฎหมาย Regulations Governing the Sale of Public Farm Lands to Establish Owner – Farmers in Taiwan Province ค.ศ. 1951 และกฎหมาย Land to the Tiller Act ค.ศ. 1953 ที่กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการบังคับซื้อที่ดินของเอกชน ซึ่งหากเจ้าของที่ดินถือครองที่ดินเกินกว่าจำนวนที่กฎหมายกำหนดไว้รัฐบาลก็มีอำนาจที่จะบังคับซื้อที่ดินในส่วนที่เกินนั้นได้ ส่วนในประเทศฟิลิปปินส์ก็มีกฎหมายการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ค.ศ. 1963 (Republic Act No. 3844) ซึ่งเป็นกฎหมายในการจัดตั้งธนาคารที่ดินและกำหนดหลักเกณฑ์การดำเนินงานของธนาคารที่ดิน

(4.2) กำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขเกี่ยวกับการซื้อที่ดิน โดยในประเทศไต้หวันมีกฎหมาย Regulations Governing the Sale of Public Farm Lands to Establish Owner – Farmers in Taiwan Province ค.ศ. 1951 ซึ่งมีบทบัญญัติในการกำหนดคุณสมบัติของผู้มีสิทธิซื้อที่ดินและจำนวนที่ดินที่มีสิทธิซื้อได้

(4.3) กำหนดราคาที่ดินและวิธีการชำระเงิน โดยในประเทศไต้หวันมีกฎหมาย Regulations Governing the Sale of Public Farm Lands to Establish Owner – Farmers in Taiwan Province ค.ศ. 1951 และกฎหมาย Land to the Tiller Act ค.ศ. 1953 ซึ่งมีบทบัญญัติในส่วนของกาหนดราคาที่ดินและวิธีการชำระเงิน โดยจะมีการกำหนดราคาที่ดินที่รัฐบังคับซื้อจากเจ้าของที่ดินและราคาที่ดินที่รัฐนำมาจัดสรรให้แก่เกษตรกร ส่วนวิธีการชำระเงินจะแบ่งออกเป็นกรณีการชำระค่าซื้อที่ดินที่รัฐต้องจ่ายให้แก่เจ้าของที่ดิน ซึ่งจะจ่ายเป็นพันธบัตรที่ดินและจ่ายเป็นหุ้นรัฐวิสาหกิจ กับกรณีการชำระค่าที่ดินของเกษตรกรที่จะต้องผ่อนชำระให้กับธนาคารที่ดิน ซึ่งจะชำระเป็นเงินสดหรือเป็นพืชผลก็ได้ ส่วนในประเทศฟิลิปปินส์ก็มีกฎหมายประกาศาธิบดี ฉบับที่ 27 ค.ศ. 1972 (Presidential Decree No. 27) ที่มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการคำนวณราคาที่ดินและวิธีการชำระราคาที่ดิน

อนึ่ง ธนาคารที่ดินนี้จะเป็นกลไกที่จะช่วยให้การใช้ประโยชน์ที่ดินเกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นธรรม แต่จากผลการดำเนินการจัดตั้งธนาคารที่ดินในอดีตที่ผ่านมาปรากฏว่า ภาครัฐมิได้มีความจริงจังในการจัดตั้งธนาคารที่ดินแต่อย่างใด เพราะหากรัฐมีความตั้งใจอย่างจริงจังในการจัดตั้งธนาคารที่ดิน ก็จะสามารถจัดตั้งไปได้เรียบร้อยแล้ว ฉะนั้น การจัดตั้งธนาคารที่ดินขึ้นในประเทศไทย คงจะต้องใช้ระยะเวลาอีกยาวนานและคงมีความเป็นไปได้น้อยมาก ทั้งนี้เพราะความสำเร็จในการจัดตั้งธนาคารที่ดินนั้นขึ้นอยู่กับรัฐบาลเป็นสำคัญ รัฐบาลจึงต้องมีความจริงจังในการที่จะดำเนินการกระจายสิทธิในที่ดินอย่างแท้จริง และต้องมีรากฐานอำนาจที่เพียงพอในการตัดสินใจ ซึ่งจะทำได้ทั้งนี้เพราะการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคารที่ดินได้ทั้งหมดทั้งในด้านกฎหมาย งบประมาณ หรือการบริหารงาน ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่สำคัญของภาครัฐที่จะต้องผลักดันให้มีการจัดตั้งธนาคารที่ดินขึ้นในประเทศไทย โดยจะต้องมีกฎหมายที่มีความชัดเจนและมีมาตรการต่างๆ มาสนับสนุนให้ธนาคารที่ดินสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดการกระจายสิทธิในที่ดินอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

7. รายการอ้างอิง

คณะทำงานศึกษามาตรการการกระจายการถือครองที่ดิน. 2552. **ข้อเสนอแนวทางและมาตรการการกระจายการถือครองที่ดินในสังคมไทย**. เอกสารประกอบการประชุมของคณะกรรมการอำนวยการเพื่อแก้ไขปัญหาของเครือข่ายปฏิรูปที่ดินแห่งประเทศไทย.

ไชยวงศ์ ชูชาติ. 2519. **การปฏิรูปที่ดินในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยาอินเตอร์เนชั่นแนล.

ไชยวงศ์ ชูชาติ. 2520. **ธนาคารที่ดิน: ข้อเสนอโครงการจัดตั้งธนาคารที่ดิน**. สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกร เอกสารวิชาการฉบับที่ 6.

ไชยยศ เหมะรัชตะ. 2530. “รายงานผลการวิจัยทุนวิจัยรัชดาภิเษกสมโภช เรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการกระจายสิทธิในการถือครองที่ดินเพื่อเกษตรกร.” กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรีชา พรหมเพชร. 2541. “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการถือครองที่ดิน.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มูลนิธิสถาบันที่ดิน. 2544. “รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาการถือครองและใช้ประโยชน์ที่ดินและมาตรการทางเศรษฐศาสตร์และกฎหมายเพื่อให้การใช้ประโยชน์ที่ดินเกิดประโยชน์สูงสุด.” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สรเสรีญ อัจฉมนานต์. 2544. “ปัญหากับการบุกรุกทำลายป่ากับการแก้ไขโดยวิธีการปฏิรูปที่ดิน.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กองบริหารจัดการที่ดิน. 2551. “รายงานการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การบริหารจัดการที่ดิน: การวางแผนการถือครองที่ดิน การสงวนและพัฒนาที่ดิน และการสงวนหรือหวงห้ามที่ดินของรัฐ.” สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

อนุวรรตน์ โหมดพริ้ง. 2542. “แนวทางการพัฒนากฎหมายเพื่อกระจายการถือครองที่ดิน.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อารีย์ คุ่มล่อม. 2538. “พัฒนาการของธนาคารที่ดินในประเทศไทย พ.ศ. 2518 – 2536.” งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.

Chan Robles Virtual Law Library. “Presidential Decree No. 464.” Retrieved March 9, 2012, from <http://www.chanrobles.com/presidentialdecreeno464.html>

Land Bank of Taiwan. “Bank Profile – Establishment.” Retrieved January 9, 2012, from <http://www.landbank.com.tw/Eng>

Land Bank of the Philippines. “Official Depository Bank of the Republic of the Philippines.” Retrieved January 5, 2012, from <https://www.landbank.com>

Law & Regulations Database of The Republic of China. “Land Act.” Retrieved February 9, 2012, from http://law.moj.gov.tw/eng/LawClass/LawAll_print

The Lawphil Project. “Republic Act No.3844.” Retrieved February 9, 2012, from http://www.lawphil.net/statutes/repacts/ra1963/ra_3844_1963.html

The Lawphil Project. “Presidential Decree No.27.” Retrieved February 11, 2012, from http://www.lawphil.net/statutes/presdecs/pd1972/pd_27_1972.html

**ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองการโคลนมนุษย์
ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตรไทย
LEGAL PROBLEMS REGARDING THE PROTECTION OF HUMAN
CLONING UNDER THAI PATENT LAW**

รภัทร น่วมลย์
นักศึกษาลัทธิตรินิตาสตรมหาบัณฑิต
สาขากฎหมายธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail : annawara@hotmail.com

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัญหากฎหมายการให้ความคุ้มครองการโคลนมนุษย์ ภายใต้พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมครั้งสุดท้ายโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 รวมทั้งเปรียบเทียบกับกฎหมายสิทธิบัตรของสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และสิงคโปร์

จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ปราศจากข้อกีดกัน ห้ามจดสิทธิบัตรการโคลนมนุษย์ หรือห้ามจดสิทธิบัตรในมนุษย์หรือส่วนใดส่วนหนึ่งที่ได้อาจาร่างกายมนุษย์ในสิ่งที่ไม่สามารถขอรับการจดสิทธิบัตรได้ในมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ.2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 จึงเปรียบเสมือนประเทศไทยเปิดกว้างให้มีการจดสิทธิบัตรเกี่ยวกับร่างกายมนุษย์ การโคลนมนุษย์ ได้ ดังเช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และสิงคโปร์ เนื่องจากกฎหมายสิทธิบัตรไม่มีข้อห้าม จึงทำให้เป็นเป้าหมายของนานาประเทศที่จะใช้เป็นเครื่องมือเข้ามาทำการวิจัยและขอจดสิทธิบัตรเพื่อให้ได้รับความคุ้มครอง เพราะความทรงสิทธิในกฎหมายสิทธิบัตร อาจทำให้ผู้ทรงสิทธิมีสิทธิเหนือบุคคลอื่นหรือร่างกายของบุคคลอื่น อันมีลักษณะเช่นเดียวกับการเอาคนลงเป็นทาส (Slavery) ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะเป็นการท้าทายต่อบรรทัดฐานทางจริยธรรมในสังคมต่อกฎเกณฑ์ทางกฎหมาย จนนำไปสู่ปัญหาที่ละเมิดสิทธิเสรีภาพของประชาชนและปัญหาอื่นๆ แม้การโคลนมนุษย์จะถือเป็นการประดิษฐ์ และมีหลายประเทศได้ผ่อนคลายความเข้มงวดลงโดยให้มีการจดสิทธิบัตรในสิ่งมีชีวิตหรือส่วนใดส่วนหนึ่งในร่างกายมนุษย์ได้ ไม่ว่าจะเป็นจีน อินเดีย หรือเซลล์ต้นกำเนิดของมนุษย์ แต่สำหรับประเทศไทยผู้เขียนเห็นว่าเรื่องนี้เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องและเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ อย่างแน่นอนในการที่จะให้มีการจดสิทธิบัตรคุ้มครองความเป็นเจ้าของในร่างกายมนุษย์ หรือกรรมวิธีต่างๆ ที่ทำให้เกิดมนุษย์ขึ้นใหม่ เซลล์ต่างๆ ในร่างกายมนุษย์

ด้วยเหตุนี้ เพื่อขจัดปัญหาและเพื่อป้องกันการจดสิทธิบัตรในการโคลนมนุษย์ที่จะเกิดขึ้น ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะให้มีการออกกฎหมายเฉพาะมาควบคุมเป็นกรอบหรือข้อจำกัดให้มีเฉพาะการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษา และสามารถบังคับใช้กับบุคคลทุกคน ไม่เพียงเฉพาะบุคคลที่ประกอบวิชาชีพเวชกรรมหรือแพทย์ เพื่อการวิจัยทดลองเท่านั้นแต่รวมไปถึงนักวิทยาศาสตร์ด้วย โดยนำแนวทางของต่างประเทศมาปรับใช้ และให้แก้ไข

เพิ่มเติมกฎหมายสิทธิบัตรในมาตรา 9(1) แห่งพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 โดยระบุให้ชัดเจน ไม่ให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรในมนุษย์หรือสารสกัดที่ได้จากร่างกายมนุษย์ ทั้งที่เกิดจากการปรับปรุงพันธุ์ด้วยกรรมวิธีทางธรรมชาติหรือกรรมวิธีทางเทคนิค เพื่อปิดช่องว่างของปัญหาที่เกิดขึ้น วิธีนี้จะเป็นการป้องกันไม่ให้ผู้ใดยื่นขอรับความคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในการจดสิทธิบัตรในมนุษย์ได้

คำสำคัญ : การโคลนมนุษย์ เซลล์ต้นกำเนิด

ABSTRACT

This thesis examines legal problems surrounding the protection of human cloning under the patent law of the Kingdom of Thailand, which is the Patent Act B.E. 2522 (1979) as amended by the Patent Act (No.3) B.E. 2542 (1999) , by comparing Thai patent law with that of the United States, the United Kingdom and Singapore.

According to the study, the language of article 9 of the Patent Act B.E. 2522 (1979) as amended by the Patent Act (No.3) B.E. 2542 (1999) does not clearly stipulate the exclusion of patentability on human cloning. Consequently, human cloning techniques can arguably be patented in Thailand as well as in the United States, the United Kingdom and Singapore where the laws of these countries so allow . As a developing country, the Kingdom of Thailand can be a safe heaven for researchers from foreign countries to conduct a research on human cloning and claim a patent on deriving human body or human life. These circumstances would put the Kingdom of Thailand in a dilemma as patents on human life were arguably deemed unethical and immoral; and this can be called a new form of “slavery.”

The author proposed that there should exist a sui generis law governing and limiting human cloning research and outlaw patents on humans in the Kingdom of Thailand. Nevertheless, only therapeutic cloning can be accepted. In addition, article 9(1) of the Patent Act B.E. 2522 (1979) as amended by the Patent Act (No.3) B.E. 2542 (1999) should be amended to make unambiguous that no one will ever be able to claim patents on human body or any parts thereof, including human organisms.

KEYWORD : Human Cloning , Stem Cell

1. บทนำ

สังคมโลกกำลังก้าวเดินไปสู่ความขัดแย้งระหว่างกัน เพราะนับวันความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์กำลังรุढ़หน้าและเข้ามามีบทบาทในสังคมมนุษย์มากขึ้น มนุษย์ทุกคนต่างกำลังเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่ในชีวิตที่จะเกิดขึ้นในโลกของชีวจริยธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปัจจุบันจะเห็นว่าองค์ความรู้จากหลากหลายมิติทางด้านวิชาการ ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์การแพทย์สมัยใหม่ ที่ได้มีการคิดค้นการ

ผสมเทียมด้วยวิธีการที่หลากหลาย การรู้ถึงข้อมูลพันธุกรรมของมนุษย์ การคัดเลือกพันธุ์ การคัดเลือกเพศ การเพาะเลี้ยงตัวอ่อนมนุษย์เพื่อนำเซลล์ต้นกำเนิด (Stem Cell) มาวิจัยและบำบัดรักษาโรคต่างๆ ตลอดจนการโคลนในพืช สัตว์ และก้าวหน้าไปถึงการโคลนมนุษย์ ได้มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องตามระดับสติปัญญาและความสามารถในการศึกษาเรียนรู้ของมนุษย์โดยผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เจริญล้ำหน้าจนเพิ่มพูนเกิดเป็นองค์ความรู้และทฤษฎีใหม่ที่เกิดขึ้นในอนาคต

การโคลน (Cloning) หมายถึง การคัดลอก หรือ ทำซ้ำ(Copy) (ดวงดาว กิรติกันนท์) หรือเรียกอีกอย่างว่า การทำสำเนาพันธุกรรม การเกิดฝาแฝดก็เหมือนเป็นการสำเนาพันธุกรรมโดยธรรมชาติ การทำสำเนาพันธุกรรมไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับมนุษย์ เพราะในอดีตที่ผ่านมามนุษย์รู้จักการทำสำเนาพันธุกรรมอย่างง่าย ๆ เช่น การตอนกิ่งหรือการปักชำในพืชบางชนิด การเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อพืช ต่อมาเมื่อวิทยาการทางวิทยาศาสตร์ในระดับโมเลกุลมีเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นนักวิทยาศาสตร์ก็สามารถโคลนเซลล์และยีนของพืชได้สำเร็จ และต่อมาก็ได้มีการพยายามโคลนเซลล์ของสิ่งมีชีวิต เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 1996 ดร.เอียน วิลมุต แห่งสถาบันวิจัยรอสลิน ประเทศสก็อตแลนด์ ก็ได้ทำการโคลนสิ่งมีชีวิตที่เลี้ยงลูกด้วยนมชนิดแรกสำเร็จ นั่นคือการกำเนิดของลูกแกะ ชื่อ “ดอลลี่” (ขงยุทธ ยุทธวงศ์ และ ศุภชัย หล่อโลหการ, 2547)

จากการศึกษาวิจัยดังกล่าว นับเป็นความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ที่สำคัญอีกก้าวหนึ่งของมนุษย์ เพราะถือเป็นครั้งแรกที่นักวิทยาศาสตร์สามารถทำการโคลนสิ่งมีชีวิตที่เลี้ยงลูกด้วยนมได้ ปรากฏการณ์นี้ได้สร้างความหวังแก่กลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่ไม่สามารถมีบุตรได้ด้วยวิธีการตามธรรมชาติว่า การโคลนในลักษณะเช่นนี้อาจสามารถนำมาใช้กับมนุษย์ เพื่อช่วยให้ความต้องการมีบุตรเป็นไปได้ตามความประสงค์ ขณะที่นักวิทยาศาสตร์กลุ่มหนึ่ง(รศ.พญ.จินตนา ศิรินาวัน, 2540)เห็นว่า เทคนิคที่ใช้ในการโคลนของดอลลี่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบำบัดรักษาโรคหรือความผิดปกติทางพันธุกรรมบางชนิดได้ แต่ในทางกลับกันสังคมส่วนหนึ่งกลับมีความเห็นว่าการนำเทคนิคในการโคลนของดอลลี่มาใช้กับมนุษย์นั้นเป็นการฝ่าฝืนหลักศาสนาและจริยธรรมอย่างรุนแรงและการโคลนมนุษย์จะก่อให้เกิดปัญหาตามมามากมายทั้งปัญหาต่อมนุษย์ที่เกิดขึ้นจากกรรมวิธีเช่นนี้ ครอบครัวของบุคคลนั้น ปัญหาด้านจริยธรรม ศีลธรรม กฎหมาย ซึ่งมีผลต่อสังคมโดยรวม การโคลนมนุษย์เป็นปัญหาที่มีการถกเถียงกันมาอย่างต่อเนื่อง เชื่อกันว่านักวิทยาศาสตร์ในปัจจุบันมีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะสร้างมนุษย์โคลนขึ้นมาได้จริง และต่อไปในอนาคตคาดว่าจะมีการสร้างมนุษย์ด้วยวิธีดังกล่าวอย่างแน่นอน เพียงแต่หาเหตุผลมาสนับสนุนให้ได้ว่าทำไมจึงควรทำ เรื่องนี้มีการโต้แย้งในประเด็นทางจริยธรรม ฝ่ายสนับสนุนมีความเห็นว่า การโคลนมนุษย์เป็นความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีชีวภาพที่ควรส่งเสริม เพราะจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัยและบำบัดรักษาโรคต่างๆ การขยายพันธุ์ การสืบพันธุ์และสามารถโคลนบุคคลสำคัญของโลกที่มีความสามารถโดดเด่น ไม่ใช่สิ่งเลวร้ายอะไร ขณะที่อีกฝ่ายคัดค้านด้วยเหตุผลสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยและความถูกต้องของการสืบทอดเผ่าพันธุ์มนุษย์ที่สมศักดิ์ศรีตลอดจนการดำรงไว้ซึ่งความสมดุลของธรรมชาติ

อย่างไรก็ตามยังมัวแต่ถกเถียงการโคลนมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการโคลนเพื่อการบำบัดรักษาโรคหรือเพื่อการสืบพันธุ์ มีความเจริญก้าวหน้าจนประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่าใด ก็มีคำถามจากสังคมในประเด็นทางกฎหมายที่นักกฎหมายจะต้องค้นคว้าหาคำตอบคือ ชีวิตของมนุษย์เริ่มต้นเมื่อไร มนุษย์โคลนและเซลล์ต้นกำเนิดทุกชนิดมีสถานะอย่างไร มนุษย์โคลนและตัวอ่อนมนุษย์ถือเป็นมนุษย์ตามธรรมชาติหรือบุคคลตามกฎหมายหรือไม่ ความ

เป็นบิดามารดาของทารก เหล่านี้วิทยาศาสตร์ นักวิจัย ตลอดจนบริษัทเอกชนที่เป็นเจ้าของเงินลงทุนในการวิจัยทดลองจะอ้างสิทธิในการเป็นเจ้าของความคิด การประดิษฐ์ในการขอจดสิทธิบัตรหรือไม่ เพราะต่างก็ต้องการครอบครองความคิด ผลประโยชน์ หรือได้รับความทรงสิทธิในความเป็นเจ้าของ

การโคลนมนุษย์นั้นเป็นการกระทำต่อเนื้อตัวร่างกายและตัวอ่อนของมนุษย์ ฉะนั้น การได้รับความยินยอมให้มีการโคลนมนุษย์ทั้งการทำให้การบำบัดรักษาหรือเพื่อการสืบพันธุ์จากสังคมและประชาชน รวมถึงการบอกกล่าวถึงเหตุใดจะต้องมีการโคลนมนุษย์ ผลดี ความเสี่ยงและผลกระทบของการกระทำดังกล่าวจากผู้กระทำนั้นเป็นผลโดยตรงและเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งถ้าหากแต่ละประเทศปล่อยให้มีการกระทำดังกล่าวขึ้นโดยรวบรัดหรือละเลยขั้นตอนดังกล่าวไป อาจนำมาสู่ความรับผิดชอบทางกฎหมายหรือความไม่เหมาะสมทางด้านจริยธรรมได้ เพราะเป็นการกระทำโดยมิชอบตามกฎหมายและไม่เคารพถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ อันเกี่ยวกับ สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของบุคคล โดยเฉพาะความทรงสิทธิในกฎหมายสิทธิบัตรตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร อันได้แก่ สิทธิบัตรอาจทำให้ผู้ทรงสิทธิมีสิทธิเหนือบุคคลอื่นหรือร่างกายของบุคคลอื่น อันมีลักษณะเช่นเดียวกับการเอาคนลงเป็นทาส (Slavery) สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในสิ่งมีชีวิตมีค่าเท่ากับให้มีสิทธิในความเป็นเจ้าของชีวิต สิทธิเด็ดขาดตามกฎหมายสิทธิบัตรจะทำให้ผู้ทรงสิทธิกลายเป็นเจ้าของมีชีวิตมนุษย์ ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะเป็นการท้าทายต่อบรรทัดฐานทางจริยธรรม ศีลธรรมในสังคมและกฎเกณฑ์ทางกฎหมายเป็นอย่างมาก แม้ปัจจุบันจะไม่มีกฎหมายประเทศไหนให้การคุ้มครองการจดสิทธิบัตรในมนุษย์โดยตรงแต่ก็มีกฎหมายของประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักรและสิงคโปร์ ได้ผ่อนคลายความเข้มงวดเกี่ยวกับการขอรับสิทธิบัตรในสัตว์ลง เช่น กฎหมายสิทธิบัตรสหรัฐอเมริกา ได้คุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ เช่น คำขอรับสิทธิบัตรในแกะชื่อ เทอร์รี่ (แนนทอน อินทนนท์ และ จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2544:77) ซึ่งเป็นแกะที่เกิดจากการตัดแต่งพันธุกรรม โดยมีการนำชิ้นของมนุษย์ใส่เข้าไปในโครโมโซมของแกะ และได้ให้ความคุ้มครองการประดิษฐ์ที่ได้มาจากส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายมนุษย์แล้ว เช่น ยีน DNA เนื่องจากระบบกฎหมายสิทธิบัตรของสหรัฐอเมริกาถือว่า DNA ของมนุษย์จัดเป็นสินค้าทางเคมีตามธรรมชาติ เช่นเดียวกับเคมีธรรมชาติอื่นๆ โดยทั่วไป (Natural Chemical Products) DNA เดียวก็สามารถรับการจดทะเบียนสิทธิบัตรได้ (ลาวินซ์ ธนัคคิตปะกุล, 2550:3) และอีกประเทศหนึ่งคือ ประเทศสิงคโปร์ กฎหมายสิทธิบัตรสิงคโปร์นั้นไม่ได้มีการห้ามขอรับสิทธิบัตรในสัตว์ และกรรมวิธีในการโคลนยังถือเป็นการประดิษฐ์ การขอจดสิทธิบัตรในพืชและสัตว์ในประเทศสิงคโปร์จึงสามารถที่กระทำได้โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของนโยบายของรัฐ (อัศวิน คุรุพิพัฒน์, 2550:93) เป็นต้น ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่ปราศจากกฎเกณฑ์ในเรื่องดังกล่าวไว้การโคลนมนุษย์จึงไม่อาจถือได้ว่าเป็นความผิดอาญา ก็จะเป็นที่หมายตาของนักวิจัยในการที่จะพยายามเข้ามาทำการวิจัยดังกล่าวได้ เพราะการกระทำนั้นจะไม่ถือเป็นความผิดกฎหมาย จนอาจเรียกได้ว่า เป็นประเทศที่ตอบสนองความต้องการของนานาประเทศให้เดินเข้ามาสู่ดินแดนแห่งเสรีภาพของการวิจัยทดลองทางวิทยาศาสตร์ที่ไร้ขอบเขต กฎเกณฑ์ดังจะเห็นได้จากการที่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการปฏิสนธินอกอวัยวะและการรับตั้งครรภ์ หากมีการโคลนมนุษย์ขึ้นอีก ก็จะเกิดปัญหาใหม่ทับซ้อนกับปัญหาที่เกิดจากเทคโนโลยีการเจริญพันธุ์เดิมรวมเป็นปัญหาใหญ่ที่ยากต่อการแก้ไข ประเทศไทยจึงควรรับรู้ เข้าใจ และเตรียมเครื่องมือในการรับมือกับปัญหาที่จะเกิดขึ้น โดยล้มเลิกหลักการ “ว้าวหายแล้วล้อมคอก”

อย่างไรก็ดีจากปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่สำคัญมากต่อสังคมไทย ทำให้ประเด็นที่จะศึกษาวิจัยเรื่องการโคลนมนุษย์เป็นประเด็นศึกษาที่น่าสนใจ ดังนั้นในการวิจัยนี้ ผู้เขียนมุ่งที่จะศึกษาเฉพาะกรณีของการศึกษาเชิงวิเคราะห์ความเป็นมาและปัญหาของเรื่องการโคลนมนุษย์เพื่อการสืบพันธุ์กับเพื่อการบำบัดรักษาที่จะเกิดขึ้นกับสังคมไทยภายใต้กฎหมายสิทธิบัตรไทย โดยเปรียบเทียบกับกฎหมายสิทธิบัตรของประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และสิงคโปร์ อนุสัญญากรุงปารีสว่าด้วยความคุ้มครองทรัพย์สินอุตสาหกรรม (Paris Convention for the Protection of Industrial Property) (สำนักงานสิทธิบัตรแห่งประเทศไทย) และข้อตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Agreement on Trade – Related Aspects of Intellectual Property Rights/TRIPS) (รัชพงษ์ ทองดีแท้, 2547) โดยมีประเด็นปัญหาสำคัญที่ผู้เขียนจะศึกษาวิจัย คือ ปัญหาการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในการจดสิทธิบัตรการโคลนมนุษย์การกระทำดังกล่าวเป็นสิ่งที่สามารถขอรับการจดสิทธิบัตรได้หรือไม่ ประเทศไทยควรยอมรับให้มีการจดสิทธิบัตรในการโคลนมนุษย์หรือไม่ เนื่องจากประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศที่ปราศจากกฎหมายในเรื่องดังกล่าวไว้การโคลนมนุษย์จึงไม่อาจถือได้ว่าเป็นความผิดอาญา จึงเป็นการเปิดกว้างให้นานาประเทศเข้ามาหาประโยชน์ได้โดยไม่มียกเว้นห้ามการจดสิทธิบัตรในร่างกายมนุษย์อย่างชัดเจน และในส่วนการวิจัยทดลองกรรมวิธีการโคลนมนุษย์ถือเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเจริญก้าวหน้าด้านสาธารณสุขของประเทศ สำหรับประเทศไทยการโคลนมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการกระทำเพื่อการบำบัดรักษาหรือเพื่อการสืบพันธุ์การกระทำใดเป็นสิ่งที่ประเทศไทยยอมรับสนับสนุนให้เกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องวิเคราะห์ถึงผลกระทบ ข้อดี ข้อเสีย ควบคู่ไปกับหลักจริยธรรมและความถูกต้อง ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตรไทย มาตรา 9 (1) (4) และ (5) แห่งพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 เพื่อกำหนดมาตรการควบคุมการวิจัยทดลองในเรื่องการโคลนมนุษย์ให้ชัดเจนต่อไปอย่างมีคุณภาพปราศจากความคลุมเครือและความไม่แน่นอนในเรื่องของแนวปฏิบัติที่ควรกระทำหรือไม่ควรกระทำทั้งทางด้านจริยธรรม โดยออกเป็นกฎหมายเฉพาะเพื่อการวิจัยทดลองและแก้ไขกฎหมายสิทธิบัตรในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรในการประดิษฐ์ที่ได้จากร่างกายมนุษย์หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายมนุษย์เป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่ควรแก้ไขอย่างยิ่ง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงวัฒนธรรมความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ในการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาและเพื่อการสืบพันธุ์สำหรับมวลมนุษย์ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบในทางจริยธรรมและกฎหมาย รวมถึงวัตถุประสงค์เงื่อนไขสำหรับการใช้ประโยชน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะปัญหาการคุ้มครองการโคลนมนุษย์ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตร

2. เพื่อศึกษาถึงขอบเขตและแนวปฏิบัติของนักวิทยาศาสตร์ในการโคลนมนุษย์ในเรื่องความสำคัญ ผลดี ผลเสียและประโยชน์ของการกระทำดังกล่าวในการหาเหตุผลมาสนับสนุนว่าทำไมจึงควรมีการโคลนมนุษย์และการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาหรือเพื่อการสืบพันธุ์แบบไหนเป็นสิ่งที่ประเทศไทยยอมรับและสนับสนุนให้เกิดขึ้นได้

3. เพื่อศึกษาถึงหลักเกณฑ์ความคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในกฎหมายสิทธิบัตรของไทย โดยเปรียบเทียบกับกฎหมายสิทธิบัตรต่างประเทศในเรื่องการโคลนมนุษย์ควรอนุญาตให้ได้รับการคุ้มครอง อย่างไร ซึ่งประเทศไทยยังไม่มีหลักเกณฑ์ดังกล่าว

4. เพื่อศึกษาถึงการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาตาม พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 ยังมีปัญหาและอุปสรรคอยู่บางประการ และเสนอแนะแนวทางให้แก้ไขกฎหมายสิทธิบัตรเกี่ยวกับ สิ่งที่ไม่อาจขอรับการจดสิทธิบัตรได้ในร่างกายมนุษย์ และให้ออกกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการวิจัยทดลองการ โคลนโดยห้ามการ โคลนมนุษย์เพื่อการสืบพันธุ์ไว้ โดยเฉพาะให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรมหรือชีวจริยธรรม

3. ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะกรณีปัญหาความคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในการจดสิทธิบัตรการโคลนมนุษย์ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 ควรได้รับอนุญาตให้มีการคุ้มครองหรือไม่และที่เปิดช่องว่างให้นานาประเทศเข้ามาทำการวิจัยทดลองในสิ่งที่เป็นการไม่เคารพศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์หรือความต้องการที่จะเป็นเจ้าของเนื้อชีวิตมนุษย์ และประเด็นปัญหาทางจริยธรรมการยอมรับให้มีการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาหรือเพื่อการสืบพันธุ์ในประเทศไทยที่ส่งผลกระทบต่อบุคคล ครอบครัว และสังคม รวมถึงการเสนอแนะแนวทางในการกำหนดขอบเขตการทดลองวิจัยที่เกี่ยวข้องกับร่างกายมนุษย์อย่างชัดเจนและออกกฎหมายห้ามการโคลนมนุษย์ที่ยังไม่มีในสังคมไทย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการค้นคว้าวิจัยแบบเอกสาร(Documentary Research) โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้องตลอดจนเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโคลนมนุษย์ที่มีการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาและหลักจริยธรรมหรือชีวจริยธรรมในระดับประเทศและระดับสากล

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงนวัตกรรมความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ในการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาและเพื่อการสืบพันธุ์ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบในทางจริยธรรมและกฎหมาย รวมถึงวัตถุประสงค์ เจตนา การใช้ประโยชน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะปัญหาการคุ้มครองการโคลนมนุษย์ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตร

2. ทำให้ทราบถึงขอบเขตและแนวปฏิบัติของนักวิทยาศาสตร์ในการโคลนมนุษย์ถึงความสำคัญ ผลดี ผลเสียและประโยชน์ของการกระทำดังกล่าวในการหาเหตุผลมาสนับสนุนว่าทำไมจึงควรมีการโคลนมนุษย์และการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาหรือเพื่อการสืบพันธุ์แบบไหนเป็นสิ่งที่ประเทศไทยยอมรับและสนับสนุนให้เกิดขึ้นได้

3. ทำให้ทราบถึงหลักเกณฑ์การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในกฎหมายสิทธิบัตรของไทยและต่างประเทศในเรื่องการโคลนมนุษย์และป้องกันการกระทำที่เกิดจากการวิจัยดังกล่าวให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรมหรือชีวจริยธรรม ตลอดจนไม่เป็นการละเมิดต่อบัญญัติแห่งกฎหมาย

4. ทำให้ทราบถึงปัญหาการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร(ฉบับที่ 3)พ.ศ. 2542 ที่เป็นปัญหาและอุปสรรค ทั้งวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหากฎหมายสิทธิบัตรเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่อาจขอรับการจดสิทธิบัตรได้ในร่างกายมนุษย์ และให้ออกกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการวิจัยทดลองการโคลนโดยห้ามการโคลนมนุษย์เพื่อการสืบพันธุ์ไว้โดยเฉพาะให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรมหรือชีวจริยธรรมเพื่อป้องกันการพัฒนายังยั้งและคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ภายใต้แนวทางการออกกฎหมายที่มีหลักจริยธรรมเป็นแกนกลาง

6. สรุป

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองการโคลนมนุษย์ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตรไทย การโคลนมนุษย์สามารถจดสิทธิบัตรได้ตามกฎหมายไทยหรือไม่ จากที่ได้ทำการวิเคราะห์ จะเห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ไม่ได้กำหนดข้อยกเว้นห้ามจดสิทธิบัตรการโคลนมนุษย์ หรือห้ามจดสิทธิบัตรในมนุษย์หรือส่วนใดส่วนหนึ่งที่ได้มาจากร่างกายมนุษย์ในสิ่งที่ไม่สามารถขอรับการจดสิทธิบัตรได้ในมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ.2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร(ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 จึงเปรียบเสมือนประเทศไทยเปิดกว้างให้มีการจดสิทธิบัตรเกี่ยวกับร่างกายมนุษย์ การโคลนมนุษย์ ได้เนื่องจากกฎหมายสิทธิบัตรไม่มีข้อห้าม และไม่มีข้อความชัดเจนในการกำหนดสิ่งที่ไม่สามารถขอรับการจดสิทธิบัตรตามมาตรา 9 (1) ถือเป็นช่องว่างของกฎหมายไทยที่มีข้อบกพร่อง และทำให้สามารถตีความได้ว่า กฎหมายสิทธิบัตรไทยไม่ได้ห้ามมิให้มีการคุ้มครองการประดิษฐ์ที่ได้จากมนุษย์หรือสารสกัดที่ได้จากร่างกายของมนุษย์ จึงทำให้เป็นเป้าหมายของนานาประเทศที่จะใช้เป็นเครื่องมือเข้ามาทำการวิจัยและขอจดสิทธิบัตรเพื่อให้ได้รับความคุ้มครอง ได้ความเป็นเจ้าของ และอาจนำไปสู่ปัญหาที่ละเมิดสิทธิเสรีภาพของประชาชนและปัญหาอื่นๆ และกรรมวิธีในการโคลนมนุษย์นั้นก็ไม่ได้เข้าหลักเกณฑ์กับการให้ความหมายและคำจำกัดความ ของกรรมวิธีทางแพทย์ ที่ถือเป็นกรรมวิธีทางวินิจฉัยบำบัด หรือรักษาโรคมมนุษย์หรือสัตว์ ตามมาตรา 9 (4) ตามที่ได้วิเคราะห์ในบทที่ 4 ข้อยกเว้นนี้จึงไม่ครอบคลุมไปถึงกรรมวิธีการโคลนมนุษย์ จึงขึ้นอยู่กับคำตีความให้ความหมาย ของคำจำกัดความ ซึ่งไม่มีความชัดเจน ส่วนประเด็นปัญหาการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษากับการโคลนมนุษย์เพื่อการสืบพันธุ์การวิจัยใดสมควรได้รับการสนับสนุนหรือการวิจัยใดไม่สมควรได้รับการสนับสนุนโดยเด็ดขาด ถือเป็นสิ่งที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือไม่ เข้าหลักเกณฑ์ตามมาตรา 9 (5) หรือไม่ จากที่ได้ทำการศึกษา ผู้เขียนพบว่า การตัดสินใจว่าการโคลนมนุษย์เพื่อวัตถุประสงค์ใดที่ควรได้รับการยอมรับและสนับสนุนและเพื่อวัตถุประสงค์ใดไม่ควรได้รับการยอมรับสนับสนุนนั้นขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางจริยศาสตร์ของแต่ละประเทศซึ่งแตกต่างกัน สำหรับประเทศไทยเป็นเมืองพุทธที่ยึดหลักจริยธรรมจารีตประเพณี ความถูกต้องเหมาะสมเป็นสำคัญ จึงต้องใช้เกณฑ์การตัดสินใจโดยยึดหลักจริยธรรมหรือชีวจริยธรรมและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เป็นสำคัญ จากผลกระทบและประโยชน์ ผู้เขียนมีความเห็นว่าประเทศไทยควรให้การยอมรับและสนับสนุนการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาเพราะจะเกิดประโยชน์อย่างมหาศาลกับวงการแพทย์และสาธารณสุขของไทยที่จะช่วยในการ

บำบัดรักษาโรคต่างๆได้ และการกระทำนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักจริยธรรม โดยการกำหนดหลักเกณฑ์เป็นกฎหมายเฉพาะมาควบคุมการโคลนเพื่อนำเซลล์ต้นกำเนิดมาใช้บำบัดรักษาและห้ามการโคลนมนุษย์เพื่อการสืบพันธุ์อย่างเด็ดขาด เพื่อเป็นการป้องกันการลักลอบทำการโคลนมนุษย์เพื่อการสืบพันธุ์โดยแอบอ้างว่าได้กระทำวิจัยเพื่อการบำบัดรักษา เพราะเป็นสิ่งที่ประเทศไทยคงไม่สามารถให้การยอมรับและสนับสนุนได้เพราะเป็นการละเมิดสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

อย่างไรก็ตามจากการที่ได้ทำการวิเคราะห์ ในมาตรา 9(5) เป็นข้อยกเว้นไม่ให้ความคุ้มครองการจดสิทธิบัตรที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี ซึ่งมองโดยภาพรวมกรรมวิธีการโคลนมนุษย์ น่าจะเข้าข้อยกเว้นในข้อนี้ แต่อะไรจะเป็นตัวกำหนดความชัดเจน ว่าสิ่งไหนเป็นสิ่งที่ถือว่าขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน จากตัวอย่างคำพิพากษาที่ได้ยกตัวอย่าง ในคดี Harvard/Onco-mouse (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2544) เป็นการขอจดสิทธิบัตรในสิ่งมีชีวิตในกรรมวิธีเปลี่ยนโครงสร้างของหนูเพื่อศึกษาการรักษาโรคมะเร็งโดยนำชิ้นของสิ่งมีชีวิตไปใส่ โดยปกติการคุ้มครองการประดิษฐ์ในสิ่งมีชีวิต โดยเฉพาะการคุ้มครองสัตว์ถือเป็นสิ่งที่ต้องห้ามและขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน แต่คณะกรรมการตรวจสอบคำขอได้มีคำวินิจฉัยว่า การประดิษฐ์ดังกล่าวไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดี ด้วยให้เหตุผลว่าในกรณีนี้ประโยชน์ที่มวลมนุษย์จะได้รับจากการคิดค้นวิธีการรักษาโรคมะเร็ง มีน้ำหนักมากกว่าผลกระทบในแง่ลบ โดยใช้หลักเกณฑ์ทางดุลยภาพระหว่างการรับรองสิทธิของสัตว์ (Animal rights) กับประโยชน์ที่สังคมจะได้รับจากการความก้าวหน้าทางวิทยาการ จะเห็นได้ว่าหลักเกณฑ์ของกฎหมายที่ห้ามการจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ในสิ่งที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน สามารถใช้ดุลพินิจในการแปลความตามบทบัญญัติดังกล่าวได้ตามเสรีโดยขึ้นอยู่กับกฎหมายภายในและการยอมรับของคนในสังคมของแต่ละประเทศในเรื่องของการยอมรับว่าสิ่งใดถือเป็นสิ่งที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ปัญหาเรื่องการคุ้มครองในการประดิษฐ์ที่ขัดต่อความเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เป็นประเด็นที่ยังไม่มีข้อสรุปเป็นที่ยุติ ทั้งในระดับประเทศและในระดับระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่า บรรทัดฐานทางศีลธรรมและนโยบายแห่งรัฐของประเทศต่างๆย่อมมีความแตกต่างกันไป ความแตกต่างดังกล่าวอาจจะก่อให้เกิดปัญหาในการคุ้มครองสิทธิบัตรได้เพราะอาจมีบางประเทศที่ยอมรับการกระทำดังกล่าว ซึ่งไม่ยากให้เกิดปัญหานี้กับประเทศไทย

ดังนั้น การโคลนมนุษย์ไม่ว่าเพื่อการสืบพันธุ์หรือเพื่อการบำบัดรักษาอาจเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับว่าไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนในอนาคตได้หากมีเปลี่ยนแปลงทางสังคมและบรรทัดฐานเนื่องด้วยไม่มีความชัดเจน และบรรทัดฐานที่แน่นอน หลักการนี้ขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานทางสังคมและนโยบายแห่งรัฐในขณะนั้นที่จะยอมรับกับการประดิษฐ์นั้น การตีความและผลประโยชน์ที่ประเทศนั้นจะได้รับแม้การโคลนมนุษย์จะถือเป็นการประดิษฐ์ และมีหลายประเทศได้ผ่อนคลายความเข้มงวดโดยให้มีการจดสิทธิบัตรในร่างกายมนุษย์ได้ เช่นประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักรและสิงคโปร์ แต่สำหรับประเทศไทยผู้เขียนเห็นว่าเรื่องนี้เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องและเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้อย่างแน่นอนในการที่จะให้มีการจดสิทธิบัตรคุ้มครองความเป็นเจ้าของในร่างกายมนุษย์ หรือกรรมวิธีต่างๆที่ทำให้เกิดมนุษย์ขึ้นใหม่ เซลล์ต่างๆในร่างกายมนุษย์ แม้ผู้เขียนจะเห็นด้วยกับการให้มีการโคลนเพื่อการบำบัดรักษาเพราะเกิดประโยชน์อย่างมหาศาลกับประชาชนและสาธารณสุขของประเทศไทย แต่ก็ไม่เห็นด้วยที่จะให้มีการจดสิทธิบัตรคุ้มครองเป็นเจ้าของสิทธิใน

ร่างกายมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการได้มาด้วยวิธีการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาหรือเพื่อการสืบพันธุ์ เพราะถือเป็นการละเมิดต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มนุษย์ทุกคนมีสิทธิเสรีภาพเป็นของตนเอง ไม่มีใครเป็นเจ้าของใครได้ตามหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ เป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมประเพณียึดถือกันมายาวนาน หากปล่อยให้ปัญหานี้เกิดขึ้นในประเทศไทยคงเกิดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคม ครอบครัว ศีลธรรมและจริยธรรมในประเทศไทยอย่างแน่นอน ฉะนั้นสิ่งที่ทำได้คือ เมื่อประเทศไทยเริ่มมีการสนับสนุนให้มีการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาเพื่อให้ได้เซลล์ต้นกำเนิดมาทำการบำบัดรักษา ก็ควรกำหนดหลักเกณฑ์หรือกฎหมายเฉพาะขึ้นมาควบคุมการวิจัยทดลองให้อยู่ในขอบเขตและความถูกต้องภายใต้กรอบของกฎหมายของประเทศไทย และแก้ไขกฎหมายสิทธิบัตรให้ครอบคลุมสิ่งที่ไม่อาจอนุญาตให้จดสิทธิบัตรได้พร้อมกับหลักเกณฑ์ในการควบคุมทางหลักชีวจริยธรรมและจริยธรรม

7. ข้อเสนอแนะ

ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะให้ประเทศไทย

1. แก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายสิทธิบัตรในมาตรา 9(1) ให้ระบุชัดเจน ไม่ให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรในมนุษย์หรือสารสกัดที่ได้จากร่างกายมนุษย์ ทั้งที่เกิดจากการปรับปรุงพันธุ์ด้วยกรรมวิธีทางธรรมชาติหรือกรรมวิธีทางเทคนิค เพื่อปิดช่องว่างของปัญหาที่เกิดขึ้น วิธีนี้จะเป็นการป้องกันไม่ให้มีผู้ใดยื่นขอรับความคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในการจดสิทธิบัตรในมนุษย์ได้ โดย ระบุว่า

“จุลชีพและส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งของจุลชีพที่มีอยู่ตามธรรมชาติ สัตว์ พืช หรือสารสกัดจากสัตว์หรือพืช หรือมนุษย์หรือสารสกัดที่ได้จากร่างกายมนุษย์รวมทั้งพันธุกรรม สารพันธุกรรม หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของพันธุกรรมหรือสารพันธุกรรมของมนุษย์ที่แยกออกมาจากร่างกายมนุษย์ หรือที่ผ่านกรรมวิธีทางธรรมชาติหรือกรรมวิธีทางเทคนิคขึ้นใหม่ จากพันธุกรรมหรือสารพันธุกรรมหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของพันธุกรรมหรือสารพันธุกรรมของมนุษย์นั้น”

2. แก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550

ผู้เขียนเห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ในมาตรา 86(2) ดังนี้

“ส่งเสริมการประดิษฐ์หรือการค้นคิดเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่รักษาและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมทั้งให้การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งนี้ทรัพยากรชีวภาพจะต้องไม่ตกอยู่ภายใต้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาใดๆ”

3. ออกกฎหมายเฉพาะมาควบคุมเป็นกรอบหรือข้อจำกัดให้มีเฉพาะการโคลนมนุษย์เพื่อการบำบัดรักษาและสามารถบังคับใช้กับบุคคลทุกคน ไม่เพียงเฉพาะบุคคลที่ประกอบวิชาชีพเวชกรรมหรือแพทย์ เพื่อการวิจัยทดลองเท่านั้นแต่รวมไปถึงนักวิทยาศาสตร์ด้วย โดยนำแนวทางของต่างประเทศมาปรับใช้

8. รายการอ้างอิง

เกียรติจร วังนสวรรค์. 2530. รายงานการประชุมโต๊ะกลม แพทย์ศาสตร์-นิติศาสตร์ เรื่องกฎหมายการทดลองต่อมนุษย์ วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2529 ณ ห้องประชุมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- โครงการ ASEAN – EU LEMLIFE จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2548. เซลล์ต้นกำเนิดและสังคม. **ชีวจริยศาสตร์**. จักรกฤษณ์ ควরণ. 2544. **กฎหมายสิทธิบัตร: แนวความคิดและบทวิเคราะห์** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- ชัชวิน กระจับถุย. 2534. **ความรับผิดชอบทางอาญาในการทดลองต่อมนุษย์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขา นิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไชยยศ เหมะรัชตะ. 2542. **ย่อหลักกฎหมายสิทธิบัตร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- ดวงดาว กิริติกานนท์. **จริยศาสตร์กับการโคลนนิ่งมนุษย์ Ethics and Human Cloning**. ผลงานทางวิชาการ ภาควิชาศิลปศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นันทน อินทนนท์ และจักรกฤษณ์ ควরণ. 2544. **การโคลนมนุษย์: ปัญหากฎหมายและจริยธรรม**. บทบัณฑิตย์ ฉบับที่ 57.
- บุบผา เตชะภัทรพร. 2551. **สิทธิบัตรกับยีน**. ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ.
- ขงยุทธ ยุทธวงศ์ และ สุภชัย หล่อโลหาร. 2547. **โคลนนิ่ง: เทคโนโลยีสะท้านโลก** (พิมพ์ครั้งที่ 2). ปทุมธานี: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- ลาวัญย์ ถนัดศิลปะกุล. 2550. **ปัญหากฎหมายสิทธิบัตรกับผลกระทบต่อสิทธิความเป็นมนุษย์และการพัฒนา**. วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ.
- สุวรรณ นามตะ. 2541. **ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับลักษณะของการประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้ : ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายไทยและอังกฤษ**. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัศวิน คูร์พิพัฒน์. 2550. **ความรับผิดชอบทางอาญาในการใช้เซลล์ต้นกำเนิดของมนุษย์เพื่อการวิจัยทดลอง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิติศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-สหรัฐอเมริกา
ศึกษาเฉพาะกรณี : ปัญหาการขยายความคุ้มครองสิทธิบัตรไปสู่พืช
และสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม
FREE TRADE AGREEMENT BETWEEN THAILAND
AND THE UNITED STATES OF AMERICA:
A CASE STUDY ON EXTENDING PATENT PROTECTION TO
GENETICALLY MODIFIED PLANTS AND ANIMALS

นางสาวพัทธนันท์ จันทคุต
เจ้าหน้าที่นิติกรรมสัญญา บมจ.พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟก
E-mail : phattanan_j@hotmail.com

บทคัดย่อ

พืชและสัตว์มีบทบาทสำคัญตั้งแต่เริ่มเกิดมนุษยชาติจนถึงทุกวันนี้ การดำรงชีวิตของมนุษย์ต้องอาศัยปัจจัยสี่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากพืชและสัตว์ ในอดีตมนุษย์แสวงหาพืชและสัตว์จากธรรมชาติ ต่อมามนุษย์รู้จักการเพาะปลูกซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเกษตร การทำเกษตรกรรมเป็นอาชีพที่มีความสำคัญของคนไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้เกิดการผลิตอาหารตามความต้องการของมนุษย์ได้อย่างเพียงพอ เอื้ออำนวยให้สังคมมนุษย์เจริญรุดหน้าไป จนกระทั่งปัจจุบันประชากรได้ขยายตัวในอัตราสูง ทำให้ประเทศไทยมีความต้องการปัจจัยต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตมากขึ้นทำให้เกิดการขาดแคลนทรัพยากร มนุษย์จึงได้คิดค้นและพัฒนาเอาเทคโนโลยีขึ้นมาเพื่อเพิ่มผลผลิตด้านการเกษตร เทคโนโลยีดังกล่าวเป็นสิ่งหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อการเพิ่มจำนวนและคุณภาพของพืชและสัตว์ รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ใหม่ ๆ ขึ้นมา ทำให้มีการแข่งขันกันในการสร้างวิทยาศาสตร์ต่าง ๆ ขึ้น เพื่อความเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจและสังคม

เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การตัดต่อยีนโดยใช้เทคนิคทางพันธุวิศวกรรมเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ใหม่ขึ้นมา เทคโนโลยีดังกล่าวอาจมีความสำคัญต่อประเทศไทยมากขึ้น เมื่อประเทศสหรัฐอเมริกาได้เสนอข้อเรียกร้องให้ประเทศไทยขยายความคุ้มครองสิทธิบัตรไปสู่พืชและสัตว์ซึ่งการเรียกร้องดังกล่าวอาจครอบคลุมถึงพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม ทำให้ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และไตร่ตรองข้อเสนอดังกล่าวโดยละเอียด ซึ่งข้อเสนออยู่นั้นอยู่ในหัวข้อการเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement - FTA) เนื่องจากข้อเสนอดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ หรือแม้กระทั่งความสามารถในการผลิตสินค้าของไทย ทำให้เห็นถึงแนวโน้มของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่อาจจะทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึงประเทศคู่ค้าหลาย ๆ ประเทศในเรื่องของสิทธิบัตรพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม โดยเฉพาะประเทศอุตสาหกรรมทั้งหลาย เนื่องจากกฎหมายสิทธิบัตร

เป็นการคุ้มครองที่เอื้อต่อระบบเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรม ไม่ใช่ระบบที่ต้องพึ่งพาเกษตรกรรมรายย่อยเป็นหลักอย่างประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยหากมีการยอมรับข้อเรียกร้องของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ให้มีการขยายความคุ้มครองสิทธิบัตรไปสู่สิ่งมีชีวิตทั้งพืชและสัตว์ ซึ่งถือว่าเป็นการปูทางเปิดให้มีการคุ้มครองสิทธิบัตรในพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมนั้น กฎหมายสิทธิบัตรที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันของประเทศไทยก็อาจจะต้องเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้มีความสอดคล้องกับข้อเรียกร้องของประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้คนไทยหรือบริษัทไทยอาจเสียเปรียบประเทศสหรัฐอเมริกาได้ ทั้งนี้ประเทศไทยจะต้องแสดงจุดยืนที่ชัดเจนต่อประเทศสหรัฐอเมริกาว่าจะใช้กฎหมายที่มีอยู่ในประเทศให้มีความสอดคล้อง เหมาะสมกับสภาพการณ์ของประเทศไทยเพื่อประโยชน์ของคนในชาติ

คำสำคัญ : ดัดแปรพันธุกรรม

ABSTRACT

Plants and animals play substantial roles since the birth of mankind up until now. Human survivals rely on four fundamental needs obtained mainly from plants and animals. In the past, human first directly consumed natural products before knowing how to grow and cultivate which came before agriculture. In Thai society, from past to present, agriculture has always played a very important role. It helps producing enough food and improving better quality of lives for human-beings. This, however, raises the numbers of world population dramatically and Thailand is also facing the problem of inadequacy of natural resources. New technology has thus been developed to help our society in increasing productivities and improve the quality of plants and animals products. Such new technology helps improving the numbers and qualities of plants and animals, creating more competition in sciences and paving ways for social and economic leaderships.

Modern technologies such as cloning or genetic engineering play an important role in developing new plant and animal species. These technologies will also plays the same role in Thailand particularly where the United States of America, the world leader, has demanded Thailand to extend patent protection which may also cover genetic modification of plants and animals in which Thailand has to carefully consider. These demands contain in the FTA negotiation between the United States of America which might affect the competitiveness of Thailand in trades and productions resulting which the United States of America would get advantage over Thailand regarding the issue of intellectual property protection. Similarly, the same problem will also occur with other trading countries especially industrialized countries because patent protection is benefiting to industrialized countries more than agricultural countries such as Thailand.

If Thailand accepts the United States of America's demand to extend patent protection to the living organisms both plants and animals which pave way for patent protection in genetically modified plants and animals, the existing patent law in Thailand must be amended to comply therewith. As this may cause the

disadvantage issue as mentioned above, Thailand must strongly declare to the United States of America that we will exercise this issue according to our existing law for the best benefit of Thai people.

KEYWORD : Genetically Modified

1. บทนำ

ในโลกยุคปัจจุบันนี้สิ่งที่เรีกหาโดยรวมกันว่า “ทรัพย์สินทางปัญญา”(Protection of Intellectual Property Rights) มีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศกำลังพัฒนา (Developing Countries -DCs)ทั้งหลาย รวมถึงประเทศไทย โดยเฉพาะเรื่อง “สิทธิบัตร” ที่ให้แก่การประดิษฐ์ ซึ่งหมายถึงการคิดค้น หรือคิดทำขึ้น อันเป็นผลให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธีใดชิ้นใหม่ หรือการกระทำใดที่ทำให้ได้ขึ้นซึ่งผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธี เกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิต อันได้แก่การประดิษฐ์ในสาขาฟิสิกส์และเคมี แม้ว่าการประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตจะได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในทางอุตสาหกรรมเป็นเวลาช้านานแล้วก็ตาม (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2548)

จนกระทั่งในปี ค.ศ.1969 ศาลฎีกาของประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีได้มีคำพิพากษาในคดี RoteTaubе (RedDove) (1 IIC 136 (1970)) (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2544)ว่า “กรรมวิธีขยายพันธุ์สัตว์เป็นการประดิษฐ์ที่อาจขอรับสิทธิบัตรได้” แม้ศาลในคดีดังกล่าวได้ปฏิเสธที่จะให้สิทธิบัตรแก่การประดิษฐ์นั้น เนื่องจากผู้ยื่นคำขอไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขประการหนึ่งของการขอรับสิทธิบัตรที่กำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลการประดิษฐ์อย่างชัดเจน จนถึงขนาดที่ผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิทยาการแขนงนั้นสามารถนำไปใช้งานได้ ศาลจึงมีคำพิพากษาไม่ให้สิทธิบัตรแก่กรรมวิธีดังกล่าว แต่คำพิพากษาในคดีนี้ก็ถือเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่ศาลได้ตัดสินว่าการประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตเป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้ความคุ้มครองของกฎหมายสิทธิบัตร

หลังจากคำพิพากษาของศาลเยอรมนีในคดี Red Dove ก็ได้มีคดีลักษณะเดียวกันขึ้นสู่การพิจารณาของศาลฎีกาในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งคำพิพากษาของศาลฎีกาประเทศสหรัฐอเมริกานี้ได้นำไปสู่มติใหม่แห่งการคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เป็นสิ่งมีชีวิต และได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแนวความคิดของการคุ้มครองเทคโนโลยีชีวภาพในประเทศต่าง ๆ รวมทั้งในประเทศยุโรป ได้แก่คำพิพากษาในคดี Diamond v. Chakrabarty 447 U.S. 303 (วชิรา โรจน์ทั้งคำ, 2547) ในปี ค.ศ. 1980 ซึ่งศาลฎีกาประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีคำตัดสินการประดิษฐ์แบคทีเรียชนิดหนึ่งที่ได้ถูกสร้างขึ้นโดยใช้กรรมวิธีทางจุลชีววิทยามีคุณสมบัติที่สามารถกำจัดคราบน้ำมันที่ลอยอยู่บนผิวน้ำเป็นการประดิษฐ์ที่อาจนำมาขอรับสิทธิบัตรได้โดยศาลฎีกาของประเทศสหรัฐอเมริกาให้เหตุผลว่ากฎหมายสิทธิบัตรไม่ได้แยกความแตกต่างระหว่างการประดิษฐ์ที่มีชีวิตกับการประดิษฐ์ที่ไม่มีชีวิตกฎหมายเพียงแต่กำหนดว่าสิ่งที่จะได้รับ ความคุ้มครองตามกฎหมายต้องเป็นผลงานของมนุษย์ มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติกฎหมายสิทธิบัตรมิได้ปฏิเสธการให้ความคุ้มครองแก่สิ่งหนึ่งสิ่งใดเพียงเพราะว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งมีชีวิต ศาลฎีกาประเทศสหรัฐอเมริกายังได้กล่าวสรุปไว้ด้วยว่า กฎหมายสิทธิบัตรของประเทศสหรัฐอเมริกาเปิดโอกาสให้มีการคุ้มครอง “สิ่งใดๆ ก็ตามที่อยู่ภายใต้ดวงอาทิตย์ซึ่งทำขึ้นโดยมนุษย์” (Anything under the sun made by man) (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2548) ซึ่งคดีนี้ถือเป็นบรรทัดฐานที่มีอิทธิพลต่อแนวคำพิพากษาในคดีต่อ ๆ มาของประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับการให้ความคุ้มครองเทคโนโลยีชีวภาพครอบคลุมการประดิษฐ์ในสาขาเทคโนโลยีชีวภาพเกือบทุกชนิดยกเว้นการประดิษฐ์ในมนุษย์โดยตรงที่กฎหมายยังไม่ได้ให้ความคุ้มครอง เช่น การโคลนมนุษย์ เป็นต้น

การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาและปรับปรุงสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เช่น การคัดต่อยีน การโคลนนิ่งพืชและสัตว์ โดยใช้เทคนิคทางพันธุวิศวกรรม (Genetic Engineering) เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ หรือการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ของสิ่งมีชีวิตดัดแปรพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms หรือ GMOs) (ปริญทร์ ชัยวิสุทธิทางกูร, 2544) สำหรับประเทศไทยการทำวิจัยและการพัฒนาทางด้านพันธุ์พืชในระดับไร่นา หรือห้องปฏิบัติการ นักปรับปรุงพันธุ์และนักวิชาการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับที่สามารถจะแข่งขันได้ แต่ถ้าเป็นการวิจัยและพัฒนาในเรื่องพันธุ์สัตว์ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและประเทศไทยยังไม่ได้มีการดำเนินการกันอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังต้องพึ่งพางานวิจัยและการพัฒนา รวมถึงพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์จากต่างประเทศเป็นอันมาก ฉะนั้นจึงจะทำให้ในด้านเทคโนโลยีชีวภาพนี้ก็จะถูกผูกขาดโดยบริษัทข้ามชาติ จนกลายเป็นเรื่องที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศเป็นหลัก

เทคโนโลยีดังกล่าวยังมีความสำคัญต่อประเทศไทยมากขึ้น เมื่อประเทศสหรัฐอเมริกาผู้เป็นชาตินานาชาติได้เสนอข้อเรียกร้องให้ประเทศไทยขยายความคุ้มครองสิทธิบัตรไปสู่สิ่งมีชีวิตทุกประเภท นั่นก็หมายความว่ารวมถึงพืชและสัตว์ ซึ่งโดยมากจะเป็นพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมนั้น (ศิริพัทธ์ วัชรภักย์, 2555) ทำให้ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาเกิดความเสียเปรียบแก่ประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเมื่อกลับมาพิจารณากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ของประเทศไทย ประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม คือ พระราชบัญญัติสิทธิบัตร

พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2542) ของประเทศไทยนั้น ห้ามมิให้ขอรับสิทธิบัตรในสัตว์ทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นสัตว์ที่เกิดจากการปรับปรุงพันธุ์ หรือที่ได้รับการดัดแปรพันธุกรรมด้วยกรรมวิธีแบบใดและรวมถึงการห้ามมิให้ขอรับสิทธิบัตรในสารสกัดจากสัตว์ด้วย ซึ่งเป็นไปตามบทบัญญัติมาตรา 9 (1) ของพระราชบัญญัติสิทธิบัตรนั้น และเนื่องจากปัจจุบันมีการใช้ประโยชน์จากสัตว์ที่ได้ทำการทดลองเกี่ยวกับการดัดแปรพันธุกรรม โดยใช้กรรมวิธีทางพันธุวิศวกรรม เพื่อการวิจัยในเรื่องของพันธุกรรมบำบัด การผลิตโปรตีนที่ใช้ในการบำบัดรักษา และเพื่อการปลูกถ่ายเนื้อเยื่อ และอวัยวะมากขึ้น จึงได้มีการหยิบยกขึ้นเป็นปัญหาเกี่ยวกับศีลธรรมและจริยธรรมของสัตว์ในหลายประเทศ (K W O'Connor, 1993) เนื่องจากแนวคิดที่ว่าสัตว์ไม่ใช่สิ่งของ แต่มีชีวิตและจิตใจ มีความคิด ดังนั้นการใช้ประโยชน์จากสัตว์จึงควรที่จะกระทำด้วยความระมัดระวัง โดยต้องคำนึงถึงสิทธิของสัตว์ (Animal Right) และจะต้องไม่เป็นการทรมานสัตว์ด้วย นอกจากนี้ยังเป็นประเด็นปัญหาที่จะเกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านกฎหมายและสังคมของประเทศไทยอันเกิดจากการให้ความคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมโดยระบบกฎหมายสิทธิบัตรอีกมากมาย ฉะนั้นผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่ากฎหมายของประเทศไทยไม่ควรเปิดให้มีการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมโดยระบบกฎหมายสิทธิบัตรแต่อย่างใด

2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีในเรื่องข้อเรียกร้องของประเทศสหรัฐอเมริกาที่เสนอให้ประเทศไทยขยายความคุ้มครองสิทธิบัตรไปสู่สิ่งมีชีวิตทุกประเภท ว่ามีสาระและนัยสำคัญอย่างไร แตกต่างไปจาก

พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2542) ของประเทศไทยในปัจจุบันอย่างไร และข้อเรียกร้องดังกล่าวมีความแตกต่างจากความตกลง TRIPS อย่างไร

2. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม ว่ามีความเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาอย่างไร

3. ศึกษาถึงการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตรว่าระบบกฎหมายสิทธิบัตรมีความเหมาะสมและมีปัญหาหรือไม่อย่างไร ในการที่ประเทศไทยจะเปิดให้มีการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมภายใต้กฎหมายสิทธิบัตร

4. ศึกษาถึงแนวความคิดและกฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมของประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงแนวทางที่มีความเหมาะสมสำหรับประเทศไทยในการที่จะให้ความคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม

3. สมมติฐานการศึกษา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ยึดอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก การที่จะเปิดให้มีการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมภายใต้ระบบกฎหมายสิทธิบัตร ตามข้อเรียกร้องความตกลงเขตการค้าเสรีของประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น ไม่มีความเหมาะสมและจะทำให้เกิดผลกระทบต่อประเทศไทย ดังนั้นการศึกษาเรื่องการขยายความคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมภายใต้ระบบกฎหมายสิทธิบัตรนั้นจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทำให้ทราบถึงประเด็นปัญหาเพื่อการแก้ไข รวมถึงมาตรการ และแนวทางในการให้ความคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมที่มีความเหมาะสมในประเทศไทย

4. ขอบเขตการศึกษา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะศึกษาข้อเรียกร้องของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่เกี่ยวกับการขยายความคุ้มครองสิทธิบัตรไปสู่สิ่งมีชีวิต เฉพาะกรณีพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม ว่ามีสาระและนัยสำคัญอย่างไร แตกต่างไปจากกฎหมายสิทธิบัตรของไทยในปัจจุบันอย่างไร รวมถึงพิจารณาว่าประเทศไทยควรหรือไม่ที่จะมีการแก้ไขกฎหมายสิทธิบัตรให้มีการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม และหากมีการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรในพืชและสัตว์ตามข้อเสนอ นั้นจริง จะส่งผลกระทบต่อประชาชนในประเทศไทยอย่างไรบ้าง รวมถึงเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยในการให้ความคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศไทย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยจะใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยค้นคว้าจากเอกสารภาษาไทย และภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นคำอธิบาย บทความ ตัวอย่างกฎหมาย เอกสารแจกจ่าย หรือข้อคิดเห็นต่างๆ รวมถึงเว็บไซต์ ซึ่งได้รวบรวมจากเอกสารดังกล่าว นำมาสรุปหาข้อวิเคราะห์ เพื่อเสนอแนวทางที่ควรจะเป็นต่อไป

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงข้อตกลงเขตการค้าเสรีในเรื่องข้อเรียกร้องของประเทศสหรัฐอเมริกาที่เสนอให้ประเทศไทยขยายความคุ้มครองสิทธิบัตรไปสู่สิ่งมีชีวิตทุกประเภท ว่ามีสาระและนัยสำคัญอย่างไร แตกต่างไปจากพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2542 ของประเทศไทยในปัจจุบันอย่างไร และข้อเรียกร้องดังกล่าวมีความแตกต่างจากความตกลง TRIPS อย่างไร
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม ว่ามีความเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาอย่างไร
3. ทำให้ทราบถึงการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมภายใต้กฎหมายสิทธิบัตรว่าระบบกฎหมายสิทธิบัตรมีความเหมาะสมและมีปัญหาหรือไม่อย่างไรในการที่ประเทศไทยจะเปิดให้มีการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมภายใต้กฎหมายสิทธิบัตร
4. ทำให้ทราบถึงแนวความคิดและกฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมของประเทศไทยทำให้ทราบแนวทางที่มีความเหมาะสมสำหรับประเทศไทยในการที่จะให้ความคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม

7. สรุปผลการวิจัย

ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement-FTA) ในเรื่องสิทธิบัตรต่างก็มุ่งไปที่การเปิดประตูให้กับการคุ้มครองสิ่งมีชีวิตทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นจุลชีพ พืช หรือสัตว์ จะเว้นก็แต่เพียงคนเท่านั้นที่ยังไม่มีใครหรือประเทศใดในโลกที่ให้อำนาจเป็นวัตถุแห่งสิทธิของการจดสิทธิบัตรได้ แต่เพียงแค่ตัวคนเท่านั้นที่ไม่สามารถจดสิทธิบัตรได้ เนื่องจากสารบางอย่างเกี่ยวกับตัวคน หรือการประดิษฐ์ใด ๆ ที่เกี่ยวกับเซลล์ ยีนหรือดีเอ็นเอของคนก็อาจจะถูกนำมาขึ้นขอจดสิทธิบัตรได้ในบางประเทศอย่างเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น (Brian D. Wright, 2006)

ในส่วนของประเทศไทยนั้นได้มีการเจรจาการค้าแบบทวิภาคี (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2547) เพื่อการเปิดให้มีการขยายความคุ้มครองสิทธิบัตรไปสู่พืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม เนื่องจากระบบการเจรจาแบบทวิภาคนั้นประเทศไทยจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจเอง โดยไม่สามารถที่จะอ้างอิงถึงพันธมิตรอื่นๆ ได้เลย รวมทั้งจะต้องสู้กระแสนกดดันจากคู่เจรจาที่โดยมากจะมีอำนาจการต่อรอง หรือมีพลังในการเจรจามากกว่าประเทศไทย สิ่งที่จะนำมาเทียบเคียงให้เห็นถึงแนวโน้มของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่อาจจะทำให้ประเทศไทยตกอยู่ในสถานะเสียเปรียบประเทศคู่เจรจา โดยเฉพาะบรรดาประเทศอุตสาหกรรมทั้งหลายนั้นคงจะไม่มีอะไรชัดเจนไปกว่าข้อตกลงระหว่างประเทศภายใต้กรอบองค์การการค้าโลก (World Trade Organization – WTO) ที่มุ่งให้ความคุ้มครองแก่สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญานั้น คือ ข้อตกลงว่าด้วยประเด็นทางการค้าอันเกี่ยวเนื่องกับทรัพย์สินทางปัญญา (The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights – TRIPS) หรือข้อตกลงทริปส์นั่นเอง แท้ที่จริงนั้นสิทธิในการให้ความคุ้มครองครอบคลุมไปถึงการประดิษฐ์ในสิ่งมีชีวิตทุกประเภทภายใต้ระบบกฎหมายสิทธิบัตรนั้นก็ได้รับบัญญัติเป็นแนวทางไว้ในข้อตกลงทริปส์ ซึ่งเป็นกฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกฎหมายสิทธิบัตร (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2544) ประเทศไทยจะต้องทำการปรับปรุงกฎหมายให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติในความตกลงทริปส์ที่ถูกร่างขึ้นโดยอาศัยกฎหมายทรัพย์สิน

ทางปัญญาของประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นแม่แบบนั้น ซึ่งในมุมหนึ่งแล้วข้อตกลงทริปส์นั้นยังคงมีทางออกให้กับประเทศภาคีสมาชิกขององค์การการค้าโลกพอสมควรที่กำหนดให้ภาคีสมาชิกต้องให้ความคุ้มครองแก่พันธุ์พืชหรือทั้งสองระบบ ซึ่งประเทศไทยได้เลือกที่จะจัดทาระบบกฎหมายเฉพาะแบบที่ถือได้ว่าเป็นการทำตามพันธกรณีที่มีต่อภาคีสมาชิกอื่นขององค์การการค้าโลก โดยที่ยังคงรักษาลิทธิ และอิสรภาพของพี่น้องเกษตรกรได้พอสมควร และที่สำคัญยังคงสามารถคุ้มครองทรัพยากรพันธุกรรมพืช (Plant Genetic Resources) ของประเทศไทยได้ในระดับหนึ่งจึงออกมาเป็นพระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542 ถึงแม้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542 จะมีสิ่งที่ต้องแก้ไข เปลี่ยนแปลงกันพอสมควรเพื่อให้สามารถใช้อย่างได้สมประโยชน์อย่างแท้จริง แต่ก็ไม่ใช่การที่ต้องปรับเปลี่ยนกฎหมายดังกล่าวไปให้ความคุ้มครองพันธุ์พืชในระบบสิทธิบัตรแทน (จักรกฤษณ์ ควรวจน์, 2541)

ภายใต้ข้อตกลงทริปส์ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น ภาคีสมาชิกยังสามารถถ่วงการให้ความคุ้มครองแก่สิ่งประดิษฐ์ที่ระบุไว้ในมาตรา 27.3 (a) คือ วิธีการในการตรวจ รักษา หรือ ผ่าตัดเพื่อการบำบัดมนุษย์ หรือสัตว์ และมาตรา 27.3 (b) คือ พืช และสัตว์ ที่ไม่ใช่จุลชีพ และกรรมวิธีที่จะเป็นทางชีวภาพสำหรับการผลิตพืช หรือสัตว์ นอกเหนือจากกรรมวิธีที่ไม่ใช่ชีววิทยา และจุลชีววิทยา อย่างไรก็ตาม ภาคีสมาชิกต้องให้ความคุ้มครองแก่พันธุ์พืชไม่ว่าจะโดยระบบสิทธิบัตร หรือระบบกฎหมายเฉพาะ หรือโดยทั้งสองระบบร่วมกัน ซึ่งได้กล่าวมาแล้วว่าในส่วนประเทศไทยนั้น ได้มีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542 ขึ้น

การที่ประเทศไทยสามารถใช้สิทธิในอันที่จะถ่วงการให้ความคุ้มครองแก่พืช และสัตว์ตามมาตรา 27.3 (b) ของข้อตกลงทริปส์นั้นทำให้ประเทศไทยสามารถตัดสินใจได้เองว่าจะเปิดความคุ้มครองให้แก่สิ่งมีชีวิตเหล่านี้หรือไม่ เนื่องจากผู้ที่มิศกยภาพในการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อการใช้ประโยชน์จากพืชและสัตว์ส่วนใหญ่ก็ล้วนแล้วแต่เป็นบริษัทต่างชาติที่มีความชำนาญในด้านเทคโนโลยีชีวภาพเป็นอย่างดี ซึ่งก็เป็นที่รู้กันว่าประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพที่สุดก็คงจะหนีใครไปไม่ได้นอกจากประเทศสหรัฐอเมริกา

ผลของการที่ข้อตกลงทริปส์ดังกล่าววางข้อกำหนดไว้เช่นนั้นทำให้ประเทศไทยต้องให้ความคุ้มครองแก่สิ่งมีชีวิตจำพวกพืชและสัตว์ทั้งหลาย ซึ่งลำดับต่อไปก็จะเป็นพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม บรรดาพืชเศรษฐกิจทั้งหลายก็ต้องตกอยู่ภายใต้การคุ้มครองในระบบสิทธิบัตร เมล็ดพันธุ์พืชที่เกษตรกรเคยเก็บไว้ปลูกต่อได้หรือสามารถนำไปเป็นปัจจัยในการทำพันธุ์เก็บไว้ใช้งานต่อ แม้กระทั่งพืชที่นักปรับปรุงพันธุ์ที่รวมถึงทั้งนักวิชาการ ชาวบ้าน เกษตรกร หรือมืออาชีพมือสมัครเล่นทั้งหลายได้อาศัยเป็นตัวช่วย หรือฐานในการสร้างพืชที่มีคุณสมบัติที่ดีต่อไปก็จะกระทำไม่ได้เพราะถูกกีดกันโดยระบบสิทธิบัตร

ยิ่งไปกว่านั้น นอกจากพืชแล้วประเทศไทยยังต้องเปิดให้มีการคุ้มครองสิทธิบัตรแก่สัตว์เข้าไปอีก ซึ่งถ้าหากเป็นการทำวิจัยและพัฒนาด้านพืชในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นในระดับท้องไร่ ท้องนา หรือกระทั่งในห้องปฏิบัติการ นักปรับปรุงพันธุ์พืชของประเทศไทยก็สามารถสู้กับประเทศอื่น ๆ ได้ แต่ถ้าเป็นการวิจัยและพัฒนาในเรื่องสัตว์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องใช้งบประมาณมากและยังไม่สามารถดำเนินการกันเป็นระดับอุตสาหกรรมได้ ประเทศไทยยังจำเป็นต้องพึ่งพางานวิจัยและพัฒนา รวมถึงพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์จากต่างประเทศเป็นอันมากเป็นการยากที่จะสามารถพัฒนาพันธุ์สัตว์เป็นของตนเองได้ในปัจจุบันนี้ ตลาดเทคโนโลยีชีวภาพซึ่งไม่ได้มีการคุ้มครองอย่างเต็มรูปแบบโดยระบบสิทธิบัตรก็เป็นตลาดที่แทบจะถูกผูกขาดโดยบริษัทข้ามชาติ ดังนั้นหากว่ามีการ

ผูกโยงเข้ากับระบบสิทธิบัตรที่ให้ความคุ้มครองแก่พืช และสัตว์ด้วยแล้วก็จะยิ่งทำให้ประเทศไทย โดยเฉพาะ เกษตรกร และนักวิทยาศาสตร์ นักปรับปรุงพันธุ์รายย่อยอยู่ในสถานะเสียเปรียบ ซึ่งอาจส่งผลให้พัฒนาการ ของประเทศในด้านเทคโนโลยีชีวภาพกลายเป็นเรื่องที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศเป็นหลัก และการจะนำเทคโนโลยีใดมาต่อยอดนั้นก็จะต้องคอยระมัดระวังในเรื่องการละเมิดสิทธิบัตรด้วย

ปัญหาใหญ่ที่แท้จริงอาจจะไม่ได้อยู่ที่ระบบสิทธิบัตร แต่ประเทศไทยยังไม่พร้อมที่จะให้สิทธิเด็ดขาด (Exclusive Right) ในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในสิ่งมีชีวิตจำพวกพืช และสัตว์ โดยเฉพาะสิทธิบัตร เนื่องจากว่าเป็นการคุ้มครองที่เอื้อต่อระบบเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรมไม่ใช่ระบบที่ต้องพึ่งพาเกษตรกรรมราย ย่อยเป็นหลักอย่างประเทศไทย (ชรรยพวงราช, 2547)

8. ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันระบบการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ โดยเฉพาะกฎหมายสิทธิบัตร ไม่มีความ เหมาะสมในการนำมาใช้คุ้มครองสิ่งมีชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ระบบกฎหมายสิทธิบัตรในการคุ้มครองพืช และสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม และไม่เพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้น หากแต่เป็นโดยรวมสำหรับทุกประเทศ ไม่เว้น แม้กระทั่งประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาและวิจัยเพิ่มเติมถึงแนวทางในการสร้าง ระบบการคุ้มครองที่เหมาะสมกับพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมรวมถึงข้อมูลที่จะใช้ในการเจรจาต่อรองกับ ประเทศผู้เรียกร้องข้อเสนอ เพื่อจะได้ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์แก่สังคมและประเทศชาติดังนี้

1. การเจรจาต่อรองในเรื่องการขยายความคุ้มครอง

สิ่งที่เราจะต้องใช้หลักในการเจรจาต่อรองประการสำคัญ คือ ข้อตกลงทริปส์ทั้งนี้เนื่องจากประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรในสิ่งมีชีวิตนั้น ได้รับการบัญญัติไว้ในมาตรา 27 ของความตกลง ทริปส์เป็นหลัก สาเหตุสำคัญที่ประเทศไทยควรจะใช้ข้อตกลงทริปส์เป็นเครื่องต่อรองกับประเทศ สหรัฐอเมริกานั้น ก็เนื่องจากข้อตกลงดังกล่าวเป็นหนึ่งในข้อตกลงที่ถูกบรรจุไว้ภายใต้กรอบขององค์การการค้า โลกที่ถือได้ว่าเป็นองค์การที่ประสงค์จะวางบรรทัดฐานทางการค้าที่มีแบบแผนเดียวกันให้กับบรรดาภาคีสมาชิก รับไปถือปฏิบัติ รวมถึงการออกกฎหมายที่สอดคล้องเป็นแนวทางเดียวกันในทุกประเทศภาคีสมาชิก และที่สำคัญ ยิ่งไปกว่านั้น คือ น้ำหนักของประเทศต่างๆ ที่มีแนวคิดที่เดินไปในทางเดียวกับประเทศไทยที่จะช่วยในการ ถ่วงดุลกับประเทศสหรัฐอเมริกา ที่เป็นผู้นำในอันที่จะเปิดให้มีการคุ้มครองสิทธิบัตรในสิ่งมีชีวิต โดยเฉพาะพืช และสัตว์ไปทั่วโลก

ประเด็นเกี่ยวกับการขยายความคุ้มครองเพิ่มเติมจากที่มาตรา 27 ของความตกลงทริปส์ระบุไว้ โดยเฉพาะข้อเสนอของประเทศสหรัฐอเมริกา ในเรื่องการคุ้มครองสิทธิบัตรในพืช และสัตว์ โดยที่ประเทศ สหรัฐอเมริกาได้กำหนดไว้ในข้อตกลงเขตการค้าเสรี ว่าอาจยกเว้นการให้สิทธิบัตรแก่การประดิษฐ์ตามข้อยกเว้น ในมาตรา 27.2 และมาตรา 27.3 (a) ของความตกลงทริปส์ ซึ่งต้องถือได้ว่าเป็นการขอลบข้อยกเว้นตามมาตรา 27.3 ไปเสียเกือบจะทั้งหมดนั้นเป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในเรื่องพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม เนื่องจากสิทธิบัตรนั้นจะเป็นพื้นฐานที่ให้ความคุ้มครองแก่ผลิตภัณฑ์ที่เป็น หรือมีส่วนประกอบของพืชและสัตว์ ดัดแปรพันธุกรรมได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในการเจรจาทางทวิภาคีที่เรียกว่าการตกลงเขตการค้าเสรีที่ประเทศไทยได้ ดำเนินการมา และกำลังจะดำเนินการต่อไปกับประเทศสหรัฐอเมริกานั้น ประเทศไทยจะต้องพยายามที่จะรักษา

สถานะเดิม (Status Quo) ของการคุ้มครองภายในประเทศไว้ เนื่องจากเป็นความคุ้มครองที่เหมาะสม หรือในบางมุมมองอาจจะมากไปสำหรับประเทศไทยอยู่แล้วการจะเพิ่มการคุ้มครองเข้าไปอีกย่อมจะเป็นการเปิดช่องทางที่จะทำให้นักวิจัยและเกษตรกรไทยเสียเปรียบ จึงไม่ควรที่จะเพิ่มเติมอะไรอีกเว้นเสียแต่จะเป็นมาตรการป้องกันความเสียเปรียบของฝ่ายไทย

ยิ่งไปกว่านั้นการคุ้มครองสิทธิบัตรในสิ่งมีชีวิตที่ปัญญาคืออยู่ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตรของไทยก็เกินไป โดยสอดคล้องกับข้อกำหนดของความตกลงทริปส์ที่ให้ความคุ้มครองจุลชีพ กรรมวิธีสำหรับการผลิตพืช หรือสัตว์ที่ไม่ใช่กรรมวิธีทางชีววิทยา และกรรมวิธีสำหรับการผลิตพืช หรือสัตว์ที่เป็นกรรมวิธีทางจุลชีววิทยา รวมถึงการให้ความคุ้มครองแก่พันธุ์พืชไม่ว่าจะโดยระบบสิทธิบัตร หรือระบบกฎหมายเฉพาะ หรือโดยทั้งสองระบบร่วมกัน โดยในส่วนของสิ่งมีชีวิตที่เป็นจุลชีพที่มีอยู่ตามธรรมชาติ รวมถึงเซลล์ ยีน สารพันธุกรรม หรือสิ่งที่มีลักษณะเช่นเดียวกัน รวมทั้งกรรมวิธี หรือเทคนิคทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับจุลชีพ พืช หรือสัตว์ เช่น กรรมวิธีการคัดแปรพันธุ์กรรม หรือเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการทำสิ่งมีชีวิตดัดแปรพันธุ์กรรม ก็ได้รับความคุ้มครองภายใต้พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 (แก้ไขปรับปรุง พ.ศ.2542) และในส่วนของพันธุ์พืช รวมถึงพันธุ์พืชดัดแปรพันธุ์กรรมจะได้รับความคุ้มครองภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542 ซึ่งก็เท่ากับว่าประเทศไทยนั้นปฏิบัติได้ตามมาตรฐานในความตกลงทริปส์แล้ว จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมายกมาตรฐานขึ้น โดยระบบทวิภาคีอื่นจะทำให้ประเทศไทยตกเป็นผู้เสียเปรียบทั้งต่อประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นคู่เจรจาทวิภาคี และต่อประเทศอื่นที่เป็นภาคีสมาชิกองค์การการค้าโลกที่จะได้รับสิทธิเดียวกันกับกฎหมายสิทธิบัตรเพื่อให้ความคุ้มครองครอบคลุมถึงพืชและสัตว์จะส่งผลให้กฎหมายนั้นมีผลบังคับทั่วไปกับคนชาติของประเทศภาคีสมาชิกใดๆ ที่จะเข้ามาจดสิทธิบัตรในประเทศไทยตามหลักปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่ารัฐบาลไทยควรมีแนวทางการเจรจาและดำเนินการให้เป็นไปในรูปแบบดังนี้ คือ ไม่ควรขยายการคุ้มครองสิทธิบัตรให้ครอบคลุมถึงสิ่งมีชีวิตเกินไปกว่าความคุ้มครองตามความตกลงทริปส์ขององค์การการค้าโลกและกำหนดมาตรการป้องกันผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการผูกขาด นอกจากนี้ ควรระวังด้วยว่าการให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศสหรัฐอเมริกาเพียงประเทศเดียวในระดับที่สูงกว่าประเทศอื่นมาก นอกจากอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในการผูกขาดโดยผู้ประกอบการของประเทศสหรัฐอเมริกาแล้ว ในกรณีที่ผู้ประกอบการในประเทศไทยไม่มีความเข้มแข็งยังอาจทำให้ประเทศไทยมีความยากลำบากในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศกับคู่ค้ารายอื่นๆ ในอนาคต

ประเทศไทยจะต้องแสดงจุดยืนที่ชัดเจนต่อประเทศสหรัฐอเมริกาว่าจะยึดการใช้กฎหมายในลักษณะดังกล่าว เนื่องจากเป็นอำนาจอธิปไตยของประเทศ (กัญญา หิรัญย์วัฒนพงศ์.2534) และจะต้องสร้างบรรทัดฐานที่ชัดเจน และลงตัวของตนเองเพื่อปฏิบัติ และความเข้าใจที่สอดคล้อง และสามารถที่จะอธิบายย้อนนารายประเทศ โดยเฉพาะบรรดาประเทศที่ประสงค์จะให้ประเทศไทยต้องเดินตามแนวทางการคุ้มครองกฎหมายอย่างประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ เพราะการพิจารณาข้อบทกฎหมาย รวมทั้งการตีความการใช้บังคับกฎหมายนั้นย่อมจะต้องทำให้สอดคล้องกับความเป็นไป และต้องทำให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ของแต่ละประเทศ ไม่ใช่จะสามารถนำกฎหมายของอีกประเทศมาใช้ได้เลย หรือไม่ใช่จะเรียกร้องเพื่อให้ประเทศใด ๆ ทำตามโดยไม่นำสภาพการณ์และความจะเป็นอยู่ของประเทศที่ถูกเรียกร้องมาคิดคำนึง

2. ข้อเสนอแนะการคุ้มครองพืชและสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม

ประเทศไทยควรมีระบบคุ้มครองพืชดัดแปรพันธุกรรม โดยใช้กฎหมายเฉพาะมากกว่าการใช้กฎหมายสิทธิบัตร การคุ้มครองพืชดัดแปรพันธุกรรมโดยใช้กฎหมายเฉพาะ ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542 นั้นมีความเหมาะสมในการให้ความคุ้มครองพืชดัดแปรพันธุกรรมมากกว่า เนื่องจากการคุ้มครองที่มีไม่เข้มงวดเท่ากฎหมายสิทธิบัตร เนื่องจากหลักเกณฑ์การคุ้มครองโดยกฎหมายเฉพาะมีความเหมาะสมมากกว่า เพราะเน้นที่พันธุ์พืชที่ผลิต หรือปรับปรุงพันธุ์ขึ้นมาว่ามีลักษณะแตกต่างจากพันธุ์อื่นอย่างเด่นชัด มีความสม่ำเสมอของลักษณะประจำพันธุ์และมีความคงตัวของลักษณะประจำพันธุ์เมื่อขยายสู่ชั่วต่อไป ก็จะได้รับคุ้มครองตามกฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช โดยพันธุ์พืชที่ผลิตหรือปรับปรุงพันธุ์ขึ้นมาไม่จำเป็นต้องมีขึ้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น ดังเช่นหลักเกณฑ์ของกฎหมายสิทธิบัตรที่เน้นว่าสิ่งประดิษฐ์ต้องมีขึ้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น ฉะนั้นหากบุคคลใดนอกจากนักปรับปรุงพันธุ์พืชสามารถพัฒนาพันธุ์พืชขึ้นมาใหม่ มีลักษณะครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืชก็สามารถจดทะเบียนคุ้มครองได้ และข้อดีการใช้ระบบคุ้มครองพันธุ์พืชโดยกฎหมายเฉพาะอีกประการหนึ่ง คือ เกษตรกรสามารถนำพันธุ์พืชคุ้มครองที่ผลิตได้ในไร่นาของตนเองไปปลูกในฤดูต่อไปได้ซึ่งเรียกว่าสิทธิเกษตรกร

ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา ดังนั้นการจะยอมรับในเทคโนโลยีชีวภาพที่อาจส่งผลกระทบต่อศีลธรรม หรือเป็นการที่กระทบต่อชีวิต สวัสดิภาพในสิ่งมีชีวิตจึงต้องควรคำนึงถึงเป็นอันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสัตว์ดัดแปรพันธุกรรมการจะทดลองหรือมีการพัฒนาในสิ่งมีชีวิตดัดแปรพันธุกรรมนั้นจึงควรค่อยเป็นค่อยไป และต้องสร้างความรู้ความเข้าใจ ความศรัทธาและความเชื่อมั่นแก่สาธารณชน ประการสำคัญที่สุด คือ การนำเทคโนโลยีชีวภาพเหล่านี้มาใช้จะต้องตัดสินใจระหว่างผลประโยชน์สูงสุดที่จะได้รับกับผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

9. เอกสารอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2547. สรุปสถานะความคืบหน้าการจัดทำเขตการค้าเสรีของไทยในระดับ **ทวิภาคีและภูมิภาค**. เอกสารประกอบการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์.

กัญญา หิรัณย์วัฒนพงศ์. 2534 . แนวความคิดในการพิจารณากฎหมายคุ้มครองเทคโนโลยีชีวภาพในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์. 2548. กฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้า (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์. 2544. กฎหมายสิทธิบัตร: แนวความคิดและบทวิเคราะห์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์. 2541, 5 มกราคม. รูปแบบของกฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืชสำหรับประเทศกำลังพัฒนา: เอกสารประกอบการสัมมนาประชาพิจารณ์ เรื่องกฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช, สถานที่ห้องประชุม 10 ดึก สารนิเทศ 50 ปี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปรินทร์ ชัยวิสุทธิทางกูร. 2544. สิ่งมีชีวิตดัดแปรพันธุกรรม. กรุงเทพฯ: องค์การการค้าของครุสภา.

- พินัดดา รัฐปัติย์. 2538. การคุ้มครองการประดิษฐ์ทางเทคโนโลยีชีวภาพภายใต้ระบบสิทธิบัตร. วิทยานิพนธ์
นิติศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตมหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยรรยงพวงราช. 2547, 5 ตุลาคม. หลักกฎหมายสิทธิบัตรและปัญหาการคุ้มครองสิทธิตามกฎหมายสิทธิบัตร.
เอกสารประกอบการบรรยายการอบรมหลักสูตรประกาศนียบัตรกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา,
รุ่นที่ 3. ณ สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา กรุงเทพมหานคร.
- วชิรา โรจน์ทั้งคำ. 2547. มาตรการทางกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองพันธุ์สัตว์ใหม่. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร
มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริพัทธ์ วัชรากย์. 2555, 21 กุมภาพันธ์. นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ, สำนักส่งเสริมการพัฒนาทรัพย์สินทาง
ปัญญา: กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์.
- Brian D. Wright. 2006. **Plant Genetic Engineering and Intellectual Property Protection** , UNIVERSITY
OF CALIFORNIA : Division of Agriculture and Natural Resources
- K W O'Connor. 1993. **Patents for genetically modified animals**. U.S. Congress : Office of Technology
Assessment, Washington

ปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการฟื้นฟูกิจการ PROBLEMS AND OBSTACLES WITH REGARD TO REORGANIZATION PROCESS

เฉลิมเกียรติ หันหาบุญ

นิติกรชำนาญการพิเศษ สำนักฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้

กรมบังคับคดี กระทรวงยุติธรรม

E-mail: gsam4987@hotmail.com

บทคัดย่อ

กฎหมายฟื้นฟูกิจการมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยให้ลูกหนี้ที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งประสบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินแต่ยังเป็นกิจการที่น่าจะยังสามารถทำกำไรให้พ้นจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน โดยลูกหนี้เหล่านี้ควรได้รับความช่วยเหลือทางการเงิน เพื่อให้ลูกหนี้มีโอกาสดำเนินการกู้กิจการให้มั่นคงอยู่ต่อไป ซึ่งดีกว่าปล่อยให้ลูกหนี้ต้องล้มละลายไป หากธุรกิจของลูกหนี้ที่ต้องถูกล้มละลายไปนั้น เป็นกิจการประเภทที่มีความสำคัญต่อสังคมค่อนข้างสูง การปล่อยให้กิจการเหล่านั้นต้องล้มละลายไปโดยไม่มีการเยียวยาแก้ไขสภาวะทางธุรกิจของกิจการนั้น ๆ ให้ถึงที่สุดก่อน จะเป็นผลเสียหายต่อสังคมส่วนรวมอย่างมาก เช่น กิจการเกี่ยวกับการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้แต่ได้มีการบังคับใช้กฎหมายฟื้นฟูกิจการมาเป็นเวลากว่าสิบปี ยังคงมีประเด็นปัญหาหากกฎหมายที่ควรได้รับการแก้ไข เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการฟื้นฟูกิจการได้เป็นอย่างดี โดยในส่วนของกรรณการฟ้องขอให้มีการฟื้นฟูกิจการ กฎหมายกำหนดให้เฉพาะลูกหนี้ที่เป็นบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัดเท่านั้นที่สามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการได้ ทั้งที่ในระบบเศรษฐกิจปัจจุบันยังคงมีลูกหนี้ที่เป็นนิติบุคคลประเภทอื่นและมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไม่น้อยกว่าลูกหนี้ที่เป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทจำกัดมหาชน การกำหนดนี้ขึ้นต่ำไม่น้อยกว่าสิบล้านบาท เป็นการขัดขวางลูกหนี้ที่ประสบปัญหาทางการเงินแต่ยอดหนี้ไม่ถึงสิบล้านบาทไม่สามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการได้ การกำหนดว่าลูกหนี้ผู้ประสงค์เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการต้องเป็นผู้มีหนี้สินล้นพ้นตัวเช่นเดียวกับกฎหมายล้มละลาย อาจไม่มีประโยชน์เนื่องจากการที่จะปล่อยให้กิจการลูกหนี้ประสบปัญหาถึงขั้นมีหนี้สินล้นพ้นตัวก่อนจึงจะสามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการนั้นอาจจะไม่ทันทั่วถึง เป็นผลให้ลูกหนี้ต้องเลิกกิจการล้มละลายไปก่อนได้ เกณฑ์ที่ศาลใช้ในการพิจารณาว่ากิจการใดควรได้รับการฟื้นฟูกิจการโดยพิจารณาจากสถานะทางการเงินด้วยการดูงบการเงิน ทำให้ศาลไม่ทราบถึงสถานะของลูกหนี้ที่แท้จริงได้เนื่องจาก กิจการอาจจะมีค่าโอกาสทางธุรกิจที่มีมูลค่ามากกว่าทรัพย์สินที่แสดงก็ได้ นอกจากนี้ศาลซึ่งไม่น่าจะเชี่ยวชาญในเชิงธุรกิจ จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านธุรกิจมาคอยให้คำปรึกษา นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องอำนาจศาลในการพิจารณาปรับลดหรือเพิ่มรายละเอียด เกี่ยวกับค่าทำแผนและค่าบริหารแผน ตลอดจนสิทธิของฝ่ายเจ้าหนี้และลูกหนี้ที่จะสามารถยื่นขอฟื้นฟูกิจการ และในการเสนอชื่อผู้ทำแผน กรณีลูกหนี้ประสบปัญหาทางการเงินแต่ยังไม่มีหนี้สินล้นพ้นตัว

คำสำคัญ : ฟื้นฟูกิจการ, ปัญหา, อุปสรรค

ABSTRACT

The rehabilitation law has the prime objective of assisting juristic entity debtors faced with financial liquidity problems but yet capable of generating profits to rid themselves of such financial liquidity problems. Such debtors merit financial assistance in order that they may salvage and sustain themselves. That is better than letting such entities fall into the quagmire of bankruptcy if their nature of business means a lot to the society. By letting such entities collapse without exhausting remedies that could have otherwise been extended to them, the society stands to lose to a considerable extent. Businesses dealing with purchasing agricultural produce are some examples of such entities. However, although the rehabilitation law has come into effect for more than a decade, there are still certain legal issues that merit amendment for the betterment of the rehabilitation exercise. With regard to petitioning for a rehabilitation, the law allows only those debtors that are private limited companies and public limited companies that may enter the rehabilitation process notwithstanding the fact that within the economic system there are yet some other juristic entities that are of no less importance to the economic system than private limited companies or public limited companies. The requirement with respect to the minimum extent of indebtedness of Baht ten million has debarred those debtors being indebted less than the required minimum indebtedness extent but faced with financial problems from entering the rehabilitation exercise. The stipulation that debtors intent on entering the rehabilitation exercise have to be insolvent in the same manner required under a bankruptcy scenario may not be of any use since allowing the financial problem plagued entities to reach the stage of insolvency before entering the rehabilitation process may be too late. By then, the debtor may already become bankrupt. The criterion adopted by the court as to which entity deserves rehabilitation by hinging on the entity's financial status out of its financial statements may not accord an accurate view of the true status of the entity because the value of its business may be far more than the asset value presented. Moreover, the court not likely to be specialized in businesses needs consultation from business experts. Also, there are issues pertaining to the authority of the court in making upward or downward adjustment of or in adding details to the fees of planners and of plan administrators, the right of the creditor and the debtor in petitioning for rehabilitation, the right of proposing the name of the planner in the event that the debtor has been or has not yet been insolvent.

KEYWORDS: Rehabilitation, Problems, Obstacles

1. ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยได้มีการบังคับใช้กฎหมายล้มละลายมาตั้งแต่ปี พุทธศักราช 2483 เป็นพระราชบัญญัติล้มละลาย พุทธศักราช 2483 ที่ได้ตราขึ้นเมื่อ วันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2483 ซึ่งจนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 มีการแก้ไขรวม 7 ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นการแก้ไขเพียงเล็กน้อย เช่น การเพิ่มจำนวนเงินหรือทุนทรัพย์ในการฟ้องล้มละลาย ระยะเวลาในการปลดจากการเป็นบุคคลล้มละลายของบุคคลธรรมดา เป็นต้น โดยในปีพุทธศักราช

2540 เกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในประเทศครั้งที่ใหญ่ที่สุด ที่เรียกว่าวิกฤติต้มยำกุ้ง ผู้ประกอบการเกือบทุกแขนงเกิดภาวะขาดแคลนทางการเงิน ขาดเงินสดที่ใช้ในการหมุนเวียนในการชำระหนี้ ลูกหนี้ไม่อาจหาเงินชำระแก่เจ้าหนี้ได้ตามกำหนดและต่อเนื่องกันไปทั้งระบบ ลามไปจนถึงระบบสถาบันการเงิน จนถึงขั้นไม่มีเงินสดสำรองเพียงพอให้ผู้ฝากเงินถอน กิจกรรมต่างๆในประเทศต้องปิดกิจการ ไปมากมาย รวมทั้งมีสถาบันการเงินถึง 58 แห่งถูกกระับการดำเนินกิจการชั่วคราวตามคำสั่งของรัฐบาลและมีถึง 56 แห่งที่ไม่อาจแก้ไขหรือฟื้นฟูฐานะได้จนต้องถูกปิดกิจการถาวร ต้องมีการขายทรัพย์สินเพื่อชำระบัญชีและล้มละลายในเวลาต่อมา จากเหตุการณ์พังทลายทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ครั้งนั้น ในภาวะขณะนั้นจำเป็นต้องมีวิธีการแก้ไขปัญหาที่มากกว่าการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจตามปกติ ส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหารัฐบาลในขณะนั้นได้มีการกำหนดให้นำกระบวนการฟื้นฟูกิจการมาใช้ โดยแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2541 เมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2541 กำหนดให้เพิ่มหมวด 3/1 กระบวนพิจารณาเกี่ยวกับการฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ เป็นมาตรา 90/1 ถึงมาตรา 90/90 จึงนับว่าประเทศไทยเริ่มมีกระบวนการฟื้นฟูกิจการมาใช้แต่นั้นมา

การฟื้นฟูกิจการ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อหวังให้ลูกหนี้ที่เป็นนิติบุคคล ที่ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินแต่ยังเป็นที่น่าจะสามารถทำกำไรได้ พ้นจากสภาพขาดสภาพคล่องทางการเงิน ลูกหนี้เหล่านี้ควรได้รับความช่วยเหลือทางการเงิน เพื่อให้ลูกหนี้มีโอกาสดำเนินการให้มันคงอยู่ต่อไป การฟื้นฟูกิจการจึงนับว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญเพื่อหาวิธีการกระบวนการต่าง ๆ ในการให้โอกาสแก่กิจการของลูกหนี้ให้บริหารกิจการต่อไปได้ ให้ลูกหนี้สามารถชำระหนี้พร้อมดอกเบี้ยได้ครบถ้วนหรือมากกว่าหากลูกหนี้ล้มละลาย

อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติล้มละลาย ในส่วนของการฟื้นฟูกิจการยังคงมีข้อบกพร่อง ซึ่งไม่สามารถก่อประโยชน์ต่อกระบวนการแก้ไขปัญหานี้สินของลูกหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มที่ สมควรที่จะได้รับการแก้ไขในหลายประเด็น เช่น การร้องขอให้มีการฟื้นฟูกิจการ กฎหมายกำหนดให้เฉพาะลูกหนี้ที่เป็นบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัดเท่านั้นที่สามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการได้ ทั้งที่ในระบบเศรษฐกิจ ยังคงมีลูกหนี้ที่เป็นนิติบุคคลประเภทอื่นและมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไม่น้อยกว่าลูกหนี้ที่เป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทจำกัดมหาชน เรื่องการกำหนดหนี้ขั้นต่ำที่ต้องไม่น้อยกว่าสิบล้านบาท ซึ่งบางกรณีกิจการของลูกหนี้อาจประสบปัญหาทางการเงินแต่ยอดหนี้ไม่ถึงสิบล้านบาทก็จะไม่สามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการได้ การกำหนดว่าลูกหนี้ต้องเป็นผู้มีหนี้สินส่วนตัวเช่นเดียวกับกฎหมายล้มละลาย ซึ่งหากปล่อยให้กิจการลูกหนี้ประสบปัญหาถึงขั้นมีหนี้สินส่วนตัวก่อนจึงจะสามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการนั้นอาจจะไม่ทัน่วงที กิจการลูกหนี้อาจจะต้องเลิกกิจการล้มละลายไปก่อนได้ การพิจารณาว่ากิจการใดควรได้รับการฟื้นฟูกิจการศาลจะพิจารณาสถานะทางการเงินโดยดูงบการเงินที่ใช้ในทางบัญชี ซึ่งไม่อาจทราบถึงสถานะของลูกหนี้ที่แท้จริง ทั้งที่กิจการน่าจะมีค่าโอกาสทางธุรกิจที่มีมูลค่ามากกว่าทรัพย์สินที่แสดงได้ สิทธิของฝ่ายเจ้าหนี้และลูกหนี้ที่จะสามารถในการยื่นขอฟื้นฟูกิจการ รวมถึงสิทธิในการเสนอข้อผู้ทำแผน กรณียุทธนี้มีและยังไม่มีหนี้สินส่วนตัว การพิจารณาของศาลซึ่งถือว่าไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญในเชิงธุรกิจ จึงจำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านธุรกิจมาคอยให้คำปรึกษา รวมถึงกรณีอำนาจศาลที่ต้องสามารถพิจารณาปรับลดหรือเพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับค่าทำแผนและค่าบริหารแผนได้

2. วัตถุประสงค์

2.1 ศึกษาความเป็นมา แนวคิดและการเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูการตามหลักการของกฎหมายต่างประเทศ และกฎหมายไทย

2.2 ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกฎหมายฟื้นฟูการตามกฎหมายไทยในปัจจุบันเพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายฟื้นฟูการที่เหมาะสมกับสังคมไทย

3. สมมติฐานของการวิจัย

ประเทศไทยมีบทบัญญัติแห่งกฎหมายล้มละลายในส่วนกระบวนการฟื้นฟูการโดยตรง แต่การออกกฎหมายของประเทศไทย ยังมีปัญหาในทางปฏิบัติหลายประการ วัตถุประสงค์ของการฟื้นฟูการ คือ การให้ความคุ้มครอง การให้สิทธิแก่เจ้าหนี้ ลูกหนี้ และผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการฟื้นฟูการของแต่ละประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ และประเทศฝรั่งเศสที่มีหลักการและวัตถุประสงค์ต่างกันสมควรนำมาพัฒนา กฎ ระเบียบ หรือ กฎหมาย เพื่อนำมาเพิ่มเติมสนับสนุนให้กระบวนการฟื้นฟูการตามกฎหมายล้มละลายได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น

4. ขอบเขตการศึกษาวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาหลักการ แนวคิด และกฎหมาย ของกระบวนการฟื้นฟูการตามกฎหมายล้มละลายของประเทศไทย ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ และประเทศฝรั่งเศส เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนา กฎ ระเบียบ หรือกฎหมายล้มละลายของประเทศไทยให้ได้รับการยอมรับ มีความเหมาะสมกับสภาพสังคมของประเทศไทย สังคมไทย

5. วิธีการศึกษาวิจัย

วิธีการศึกษามีลักษณะเป็นการวิจัยทางเอกสาร โดยศึกษาและค้นคว้ารวบรวมข้อมูล จากกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ กฎกระทรวง คำสั่ง รวมทั้งตำรา บทความ วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศ และ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ประเทศฝรั่งเศสที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการฟื้นฟูการ

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย

6.1 เพื่อทราบถึงความเป็นมา แนวคิดและการเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูการตามหลักการของกฎหมายต่างประเทศ และกฎหมายไทย

6.2 เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกฎหมายฟื้นฟูการตามกฎหมายไทยในปัจจุบัน

6.3 เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายฟื้นฟูการที่เหมาะสมกับสังคมไทย

7. สรุปผลการวิจัย

7.1 ปัญหาเกี่ยวกับผู้มีสิทธิได้รับการฟื้นฟูทางการเงิน ลูกหนี้ผู้มีสิทธิเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูการเงินนั้น ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ.2483 มาตรา 90/1 บัญญัติให้หมายความว่า ลูกหนี้ที่เป็นบริษัทจำกัด บริษัทมหาชน จำกัด หรือ นิติบุคคลประเภทอื่นตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง ดังนั้น ลูกหนี้ที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบุคคลธรรมดาแม้เป็นกิจการขนาดใหญ่ เกี่ยวข้องกับบุคคลจำนวนมากและมีความสำคัญทางเศรษฐกิจในวงกว้าง ก็ไม่อาจขอเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูการเงินได้ ซึ่งอาจต้องล้มละลายไปในที่สุด อันไม่เป็นผลดีต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวม

กรณีกระบวนการฟื้นฟูการเงินของต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ หรือฝรั่งเศส ต่างให้โอกาสลูกหนี้ที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดสามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูการเงินมาแก้ไขปัญหาทางการเงินของตนได้ รวมถึงตามแนวทางการร่างกฎหมายล้มละลายของคณะกรรมการว่าด้วยกฎหมายการค้าระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติที่เน้นว่ากฎหมายล้มละลาย (หมายความว่ารวมถึงกระบวนการฟื้นฟูการเงินด้วย) ควรใช้บังคับกับลูกหนี้ทั้งหมดที่ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล

ดังนั้น จึงควรให้โอกาสลูกหนี้ที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดสามารถรับประโยชน์จากกระบวนการฟื้นฟูการเงินได้ด้วย

7.2 ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดหนี้ขั้นต่ำไม่ต่ำกว่าสิบล้านบาท ซึ่งอาจเป็นจำนวนหนี้ที่มากเกินไปในกิจการขนาดเล็ก หลักการฟื้นฟูการเงินอาจจะล้มเหลวทั้งระบบถ้าไม่เปิดกว้างให้กิจการที่มีหนี้เป็นจำนวนแน่นอนน้อยกว่าสิบล้านบาท บางประเภท เช่น ธุรกิจยางรถยนต์ ธุรกิจอะไหล่รถยนต์ หรือกิจการซัพพลายเออร์ ซึ่งเป็นกิจการที่ไปสนับสนุนการผลิตในกิจการอื่นที่มีมูลค่าสูง หรือ มีความเกี่ยวข้องกับการใหญ่ที่ต้องใช้แรงงานเครื่องจักร อุปกรณ์และเงินทุนสูง เช่น ธุรกิจการผลิตรถยนต์

ในประเทศฝรั่งเศสไม่ได้กำหนดหนี้ขั้นต่ำไว้ เพราะคำนึงถึงหลักการฟื้นฟูการเงินที่มีเพื่อแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจโดยรวม หากปล่อยให้กิจการใดกิจการหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการอื่นๆในระบบเศรษฐกิจล้มละลายเลิกกิจการไป ระบบเศรษฐกิจทั้งระบบอาจพังทลายลงได้

ดังนั้น ศาลจึงควรได้พิจารณาให้กิจการที่หนี้ไม่ถึงสิบล้านบาทสามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูการเงินได้ หากกิจการเหล่านั้นสนับสนุนหรือเชื่อมโยงกับการขนาดใหญ่

7.3 ปัญหาการกำหนดให้ลูกหนี้ต้องมีหนี้สินล้นพ้นตัวก่อนจึงจะสามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูการเงินได้ ซึ่งหากปล่อยให้กิจการมีปัญหาถึงขั้นมีหนี้สินล้นพ้นตัวก่อนนั้นอาจจะเป็นการแก้ไขเยียวยาได้ทันทั่วถึงจนสุดท้ายต้องล้มละลายปิดกิจการไป

ในประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ หรือฝรั่งเศส หรือตามแนวทางการร่างกฎหมายล้มละลายของคณะกรรมการว่าด้วยกฎหมายการค้าระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติไม่ได้กำหนดว่าลูกหนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีหนี้สินล้นพ้นตัว เพียงแต่มีเงื่อนไขว่าลูกหนี้จะต้องเป็นบุคคลที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ ความไม่สามารถชำระหนี้ อาจตรวจสอบได้จากสภาพคล่องทางการเงินของลูกหนี้ที่มีชื่อเรียกว่า short-term insolvency โดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้ทั้งปวงเมื่อหนี้ถึงกำหนดชำระโดยไม่ต้องพิจารณาว่าทรัพย์สินของลูกหนี้มีจำนวนน้อยกว่าหนี้สินหรือไม่

ดังนั้นหากเพียงกิจการของลูกหนี้ ตกอยู่ในภาวะที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด โดยลูกหนี้ได้รับหนังสือทวงถามจากเจ้าหนี้แล้วไม่น้อยกว่าสองครั้งซึ่งมีระยะเวลาห่างกันไม่น้อยกว่าสามสิบวัน และลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ ก็ย่อมเป็นเหตุให้มีการขอฟื้นฟูกิจการได้

7.4 ปัญหาการคำนวณค่าธุรกิจและทรัพย์สินของลูกหนี้ที่ใช้ตัวเลขทางบัญชี ในการคำนวณค่าเสื่อมราคา ซึ่งมีความแตกต่างกับมูลค่าจริงทางการตลาด การคำนวณค่าโอกาสทางธุรกิจ และค่าความเสี่ยงที่อาจเกิดความเสียหายจำเป็นต้องดำเนินการ โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ

ในประเทศฝรั่งเศส ประธานศาลอาญามอบหมายให้ผู้พิพากษาคนหนึ่งทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานะทางการเงิน ทางเศรษฐกิจ แรงงาน และจำนวนรายได้จากการประกอบการก่อนหักภาษี ศาลจะต้องเรียกให้ลูกหนี้ และผู้แทนคณะกรรมการของกิจการ หรือตัวแทนพนักงานลูกจ้าง มาชี้แจงข้อเท็จจริงต่างๆ ทั้งศาลยังสามารถรับฟังข้อเท็จจริงจากบุคคลต่างๆ ได้ตามที่ศาลเห็นว่าจะประโยชน์ต่อการพิจารณาของศาล

ดังนั้น การตั้งหน่วยงานสนับสนุน เพื่อให้ศาลได้รับข้อมูลครบถ้วนตามความเป็นจริงมากยิ่งขึ้นจะเป็นผลดีต่อการพิจารณาคดีของศาล

7.5 ปัญหาผู้มีสิทธิเสนอแผนฟื้นฟูกิจการ ผู้มีสิทธิยื่นคำร้องขอต่อศาลให้ฟื้นฟูกิจการ มาตรา 90/4 วางหลักเกณฑ์ว่า บุคคลซึ่งมีสิทธิยื่นคำร้องขอต่อศาลให้ฟื้นฟูกิจการ ได้แก่ (1) เจ้าหนี้ซึ่งอาจเป็นคนเดียวหรือหลายคนรวมกันและมีจำนวนหนี้แน่นอนไม่น้อยกว่าสิบล้านบาท (2) ลูกหนี้ซึ่งมีลักษณะตามมาตรา 90/3 คือ ลูกหนี้มีหนี้สินล้นพ้นตัวและเป็นหนี้เจ้าหนี้คนเดียว หรือหลายคนรวมกันเป็นจำนวนแน่นอนไม่น้อยกว่าสิบล้านบาท ถ้ามีเหตุอันสมควรและมีช่องทางที่จะฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ ส่วนผู้ที่มีสิทธิเสนอชื่อบุคคลที่จะเป็นผู้ทำแผนก็คือเจ้าหนี้ หรือลูกหนี้ แล้วแต่กรณี

แต่ในกรณีผู้มีสิทธิลงมติเลือกผู้ทำแผนและพิจารณาแผนนั้น ฝ่ายลูกหนี้ไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในที่ประชุมเจ้าหนี้ เพราะขณะที่ลูกหนี้เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการนั้น สถานะของลูกหนี้ตกเป็นผู้มีหนี้สินล้นพ้นตัวแล้ว จึงไม่เหลือส่วนของผู้อ่อนไหวที่จะมาออกเสียงลงคะแนนในการประชุมเจ้าหนี้เพื่อเลือกผู้ทำแผนหรือพิจารณาแผนได้

ในประเทศฝรั่งเศสก็มีแนวความคิดที่ให้โอกาสลูกหนี้คงทำหน้าที่บริหารบริษัทต่อไป เช่นเดียวกับกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่ให้โอกาสลูกหนี้เป็นผู้ทำแผนฟื้นฟูกิจการเอง เว้นแต่ลูกหนี้นั้นเป็นลูกหนี้ทุจริต หรือลูกหนี้ไม่เสนอแผนฟื้นฟูกิจการภายในเวลาที่กฎหมายกำหนด

เนื่องจากลูกหนี้มีความเชี่ยวชาญในกิจการของตนเองมากกว่า หากเหตุที่ทำให้ลูกหนี้ต้องมีหนี้สินล้นพ้นตัว มิใช่มาจากเหตุการณ์ดำเนินกิจการโดยตรง เช่น เหตุมาจากการลดค่าเงินบาท จึงไม่เป็นการยุติธรรมที่จะไม่ให้ลูกหนี้มีความเชี่ยวชาญนำเสนอแผนฟื้นฟูกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีลูกหนี้ดำเนินกิจการได้ดี

7.6 ปัญหาการขอเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการซ้ำและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากทั้งลูกหนี้และเจ้าหนี้จะสามารถอาศัยช่องว่างทางกฎหมายเอาประโยชน์จากอีกฝ่ายหนึ่ง เช่นลูกหนี้จะอาศัยประโยชน์จากการพักชำระหนี้ ถ่วงเวลาชำระหนี้ หรือกรณีเจ้าหนี้จะกลั่นแกล้งหรือครอบงำกิจการของลูกหนี้ ทำให้เจ้าหนี้และลูกหนี้ต่างขอให้เข้าสู่กิจการซ้ำ เป็นต้น รวมถึงกรณีการประเมินความสามารถทางธุรกิจซึ่งลูกหนี้และเจ้าหนี้จะมองความสามารถของกิจการที่ต่างกัน เหล่านี้จำเป็นที่ศาลต้องรับฟังข้อเท็จจริงจากบุคคลหรือหน่วยงานที่มี

ความรู้ ความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ซึ่งตามกฎหมายพื้นฟูกิจการของประเทศฝรั่งเศสใช้แนวทางนี้ เพื่อพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ให้ได้ความจริงเพื่อประโยชน์ต่อกระบวนการฟื้นฟูกิจการ

7.7 ปัญหาการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับค่าทำแผนและค่าบริหารแผน ซึ่งกฎหมายปัจจุบันไม่มีบทบัญญัติควบคุมการค่าใช้จ่ายในการบริหารแผนฟื้นฟูกิจการ แม้ศาลพิจารณาเห็นว่าค่าบริหารแผนสูงมากไป ก็ไม่มีบทบัญญัติกฎหมายให้อำนาจศาลปรับลดลง เมื่อการดำเนินการตามแผนสำเร็จจะทำให้เจ้าหนี้ได้รับชำระหนี้ไม่น้อยกว่ากรณีศาลมีคำพิพากษาให้ลูกหนี้ล้มละลาย จึงอาจไม่เป็นธรรมแก่ลูกหนี้ผู้สุจริตที่ต้องรับภาระค่าบริหารแผนที่สูงเกินไป โดยไม่มีบทบัญญัติกฎหมายชัดเจนที่จะทำให้อำนาจศาลใช้ปรับลดค่าบริหารแผนที่สูงเกินไปลง

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 เพื่อให้ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการได้ จึงควรแก้ไขบทบัญญัติพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. 2483 มาตรา 90/1 โดยบัญญัติให้ลูกหนี้ผู้มีสิทธิเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการให้หมายความรวมถึง ลูกหนี้ที่จดทะเบียนก่อตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดด้วย แต่ไม่หมายความรวมถึงบุคคลธรรมดาและห้างหุ้นส่วนสามัญ เพราะห้างหุ้นส่วนสามัญก่อตั้งโดยสัญญาระหว่างบุคคลไม่ได้จดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่

8.2 กรณีลูกหนี้ที่มีจำนวนหนี้แน่นอนแต่ไม่ถึงสิบล้านบาท ซึ่งเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลจำนวนมากและมีความสำคัญทางเศรษฐกิจในวงกว้าง อาจขอให้ศาลสั่งฟื้นฟูกิจการได้ โดยต้องแสดงพยานหลักฐานจนเป็นที่พอใจต่อศาลว่ากิจการของลูกหนี้เป็นกิจการย่อยๆ ที่สนับสนุน ส่งเสริมหรือเกี่ยวเนื่องกับกิจการขนาดใหญ่ ก็ให้ศาลมีอำนาจสั่งให้ฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ได้

8.3 แก้ไขหลักเกณฑ์ในพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. 2483 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2542 มาตรา 90/3 จากที่กำหนดว่าลูกหนี้ต้องมีหนี้สินล้นพ้นตัวก่อนจึงจะขอเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการได้ เป็นลูกหนี้ตกอยู่ในภาวะที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดนัด โดยลูกหนี้ได้รับหนังสือทวงถามจากเจ้าหนี้แล้วไม่น้อยกว่าสองครั้งซึ่งมีระยะเวลาห่างกันไม่น้อยกว่าสามสิบวัน และลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ ก็ขอเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ได้

8.4 ในการพิจารณาฐานะการเงินของกิจการลูกหนี้ควรบัญญัติให้ศาลต้องนำค่าโอกาสทางธุรกิจและค่าความเสี่ยงที่อาจเกิดความเสียหายมาพิจารณาด้วย ดังนั้นควรให้มีหน่วยงานอิสระให้คำแนะนำต่อศาลเกี่ยวกับการคำนวณค่าโอกาสทางธุรกิจ ค่าความเสี่ยงที่อาจเกิดความเสียหาย ความสามารถในการดำเนินธุรกิจและการชำระหนี้ว่าลูกหนี้สามารถฟื้นฟูกิจการได้หรือไม่เพียงใด

8.5 ปัญหาสิทธิในการยื่นคำร้องขอฟื้นฟูกิจการ และสิทธิในการเสนอชื่อผู้ทำแผน ควรมีหลักเกณฑ์ในการคุ้มครองลูกหนี้ โดยให้สิทธิในการยื่นคำร้องขอฟื้นฟูกิจการ และสิทธิในการเสนอชื่อผู้ทำแผน ดังนี้

ก) กรณีลูกหนี้มีหนี้สินล้นพ้นตัวให้เป็นสิทธิของทั้งฝ่ายเจ้าหนี้และฝ่ายลูกหนี้ในการเสนอชื่อผู้ทำแผน แต่

ข) ในกรณีที่ลูกหนี้ยังไม่มีหนี้สินล้นพ้นตัวให้เป็นสิทธิของฝ่ายลูกหนี้เท่านั้น

ส่วนปัญหาผู้มีสิทธิออกเสียงลงมติเลือกผู้ทำแผนและพิจารณาแผน ควรมีหลักเกณฑ์ดังนี้

ก) กรณีที่ลูกหนี้มีหนี้สินล้นพ้นตัวแล้ว ลูกหนี้ไม่มีสิทธิออกเสียงลงมติในการประชุมเจ้าหนี้เพราะ ส่วนของผู้ถือหุ้นหมดไปแล้ว เจ้าหนี้เท่านั้นมีสิทธิออกเสียงลงมติในการประชุมเจ้าหนี้

ข) กรณีที่ลูกหนี้ยังไม่มีหนี้สินล้นพ้นตัว ส่วนของผู้ถือหุ้นยังคงมีอยู่ ลูกหนี้จึงควรมีสิทธิออกเสียงลงมติในการประชุมเจ้าหนี้เพียงเท่ากับส่วนของผู้ถือหุ้นที่ยังคงเหลือเท่านั้น ส่วนเจ้าหนี้มีสิทธิออกเสียงลงมติในการประชุมเจ้าหนี้เท่ากับจำนวนที่ลูกหนี้เป็นหนี้เจ้าหนี้

8.6 เพื่อเป็นการป้องกันการอาศัยช่องว่างทางกฎหมายเอาเปรียบฝ่ายตรงข้ามระหว่างลูกหนี้และเจ้าหนี้ ในการขอเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการซ้ำ และการเอาเปรียบกันในการประเมินสถานะทางการเงินของลูกหนี้ ศาล จึงเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบังคับใช้กฎหมายเป็นผู้พิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ เพื่อประกอบการ พิจารณาของศาลว่าลูกหนี้สามารถฟื้นฟูกิจการได้หรือไม่เพียงใด ดังนั้นควรให้มีหน่วยงานอิสระให้คำแนะนำ และข้อมูลต่อศาลเกี่ยวกับความสามารถในการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการชำระหนี้ ทั้งในชั้นพิจารณา ว่าจะมีคำสั่งให้ฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ ชั้นพิจารณาแผน และชั้นพิจารณาข้อเสนอขอแก้ไขแผน

8.7 เนื่องจากไม่มีบทบัญญัติกฎหมายชัดเจนที่จะทำให้อำนาจศาลใช้ปรับลดค่าบริหารแผนที่สูงเกินไปลง จึงควรมีบทบัญญัติให้ผู้ทำแผนต้องกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับค่าทำแผนและค่าบริหารแผนต่อศาล และให้ศาลมี อำนาจพิจารณาปรับลดหรือเพิ่มได้

9. รายการอ้างอิง

กระทรวงยุติธรรม. 2550. แนวทางการร่างกฎหมายล้มละลายของคณะกรรมการว่าด้วยกฎหมายการค้า

ระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติ (UNCITRAL). นนทบุรี: สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ชำนาญ ตันหาวิระพันธ์. 2544. “ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการฟื้นฟูกิจการของที่ประชุมเจ้าหนี้.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบัณฑิต สาขากฎหมายธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชนกร วรปรัชญากุล. 2545, มกราคม-กุมภาพันธ์. หลักเบื้องต้นของกฎหมายว่าด้วยกิจการประสบปัญหาการเงิน ในฝรั่งเศส. วารสารกรมบังคับคดี, 8, 48: 11-20.

ไพโรจน์ วงศ์วิธานนท์. เศรษฐศาสตร์การฟื้นฟูกิจการแบบไทย (1). สถาบันวิจัยสังคมและเศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. 2546, 19 มีนาคม. มติชนรายวัน.

ลิขิต เทิดชนะกุล. 2543. “การล้มละลายข้ามชาติ : การสำรวจบทกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันและ แนวโน้มการพัฒนากฎหมาย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขากฎหมายระหว่างประเทศ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิศิษฐ์ วิศิษฎ์สรอรรถ. 2543. กฎหมายฟื้นฟูกิจการ. กรุงเทพมหานคร: วิศิษฎ์สรอรรถ.

ศศิอนงค์ จงกลณี. 2544. “การพักบังคับชำระหนี้ในการฟื้นฟูกิจการ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุธีร์ สุกนิษฐ์. 2543. หลักกฎหมายล้มละลายและการฟื้นฟูกิจการ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.

สุธีร์ สุกนิษฐ์ และคณะ. 2547. ระบบกฎหมายล้มละลายในประเทศไทย. รายงานวิจัย (บทสรุปสำหรับผู้บริหาร). สถาบันกฎหมายพัฒนาเศรษฐกิจ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.

Brian A. Blum. 2006. **Bankruptcy and debtor/creditor : examples and explanation**

(4nd ed.). New York: Aspen Publishers.

Lan F. Fletcher. 1996. **The law of insolvency**. London: Sweet & Maxwell.

**สถานภาพทางสังคมกับพฤติกรรมการเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2554
: กรณีศึกษาผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
SOCIAL STATUS AND THE VOTING BEHAVIORS IN GENERAL
ELECTION B.E. 2554 : A CASE STUDY OF VOTERS IN JATUJAK
DISTRICT, BANKKOK.**

วัลลภ รัชนีตรานนท์¹

นพพล อักฮาต²

รองศาสตราจารย์ ดร.¹ และ นักศึกษาปริญญาโท สาขารัฐศาสตร์²

สังกัดภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Email : n-akahat@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางสถานภาพทางสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ลักษณะที่อยู่อาศัย ถิ่นกำเนิด การศึกษา อาชีพ รายได้ และความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งกับ พฤติกรรมการเลือกตั้งซึ่งมี 3 ลักษณะได้แก่ 1) การออกไปใช้สิทธิ 2) การเลือกพรรคการเมือง และ 3) การตัดสินใจว่าจะเลือกพรรคเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไป โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตจตุจักร กรุงเทพฯ จำนวน 400 ราย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ได้แก่ ลักษณะที่อยู่อาศัย ถิ่นที่เกิด การศึกษา อาชีพ รายได้ และความรู้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพรรคการเมือง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ลักษณะที่อยู่อาศัย ถิ่นที่เกิด การศึกษา อาชีพ และรายได้ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจะเลือกพรรคการเมือง เดิม ได้แก่ การศึกษา อาชีพ และความรู้ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ : สถานภาพทางสังคม, พฤติกรรมการเลือกตั้ง

ABSTRACT

This article aims to comparison study the social status factors including age, national origin, marital status, housing characteristics, education, occupation ,income and knowledge about general election with the voting behavior factors including, the election using, the political party voting and the decision that will vote

the old political party in next general election . Used quantitative research method, a questionnaire collected data for analysis of 400 samples from the voters in Jatujak district and a statistical software packages were used.

The results showed that social status and knowledge factors were correlated with the voting behaviors including, factors were correlated with the , the election using including, national origin, education, occupation ,income and knowledge, factors were correlated with the political party voting including, age,national origin, marital status, housing , education, occupation and income and factors were correlated with the decision that will vote the old political party in next general election including, education, occupation and knowledge at the statistical significance of 0.05.

Keyword: social status ,the voting behavior

บทนำ

การเลือกตั้งเป็นกระบวนการทางการเมืองที่สำคัญในการปกครองระบอบประชาธิปไตยซึ่งตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับ 2550 ระบุไว้ในมาตรา 72 ให้เป็นหน้าที่ของชนชาวไทยที่จะต้องออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง การเลือกตั้งจึงถือเป็นหัวใจของการปกครองระบอบประชาธิปไตย(พัฒนา เรือนใจดี,2553) เพราะแม้ประเทศจะมีการปกครองระบอบประชาธิปไตยไม่ว่าจะในระบบรัฐสภาหรือประธานาธิบดีก็ตาม ก็คงไม่มีความหมายอันใด หากกระบวนการในการได้มาซึ่งอำนาจการเมืองมิได้มาจากการเลือกตั้ง และเหนือสิ่งอื่นใดก็ควรเป็นการเลือกตั้งที่มีความบริสุทธิ์ยุติธรรม เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เลือกตัวแทนตามเจตจำนงของตนอย่างอิสระด้วย

ในสังคมตะวันตกที่มีการพัฒนาทางการเมืองสูงนั้นการศึกษาพฤติกรรมการเลือกตั้งถือได้ว่าเป็นการศึกษาวิจัยที่ทำกันอย่างแพร่หลายและสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน และสำหรับประเทศไทยการศึกษาวิจัยประเด็นดังกล่าวถือว่ามิมีบ้างและอาจกล่าวได้ว่าดำเนินรอยตามแนวทางการศึกษาของนักวิชาการตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ (สตีล ธนาธิโรจิต,2550) โดยเฉพาะการศึกษาถึงปัจจัยภูมิหลังทางด้านชนชั้น เศรษฐกิจสังคม และลักษณะทางประชากรบางประการที่สนใจ เช่น งานของสุจิต บุญบงการ และ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว (2526) ที่ถือเป็นต้นตำรับการศึกษาพฤติกรรมเลือกตั้งในประเทศไทย แต่หากจะนับว่าเป็นการศึกษาที่เป็นการสร้างองค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมเลือกตั้งของคนไทยที่ลึกซึ้งและวิเคราะห์อย่างรอบด้านก็ยังถือว่าน้อยและหากจะหาความหนักแน่นในเชิงวิชาการที่ทำการศึกษาก็แทบจะไม่มี(พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต,2541 : 13) ในอดีตการศึกษานี้ในการเลือกตั้งแต่ละครั้งนั้นเป็นหน้าที่ของกองการเลือกตั้ง กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยที่จะต้องรายงานผลและสถิติข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งครั้งนั้นๆ ให้ประชาชนทราบ ต่อมาภายหลังเมื่อมีการตั้งคณะกรรมการการเลือกตั้งเพื่อทำหน้าที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งโดยเฉพาะขึ้นหน้าที่จัดทำรายงานการศึกษาดังกล่าวจึงตกเป็นของหน่วยงานนั้นจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการศึกษาได้เฉพาะข้อมูลและสถิติที่สำคัญเกี่ยวกับการเลือกตั้งครั้งนั้นๆ แต่จะไม่สามารถทราบความสัมพันธ์หรือเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อข้อมูลนั้นๆ

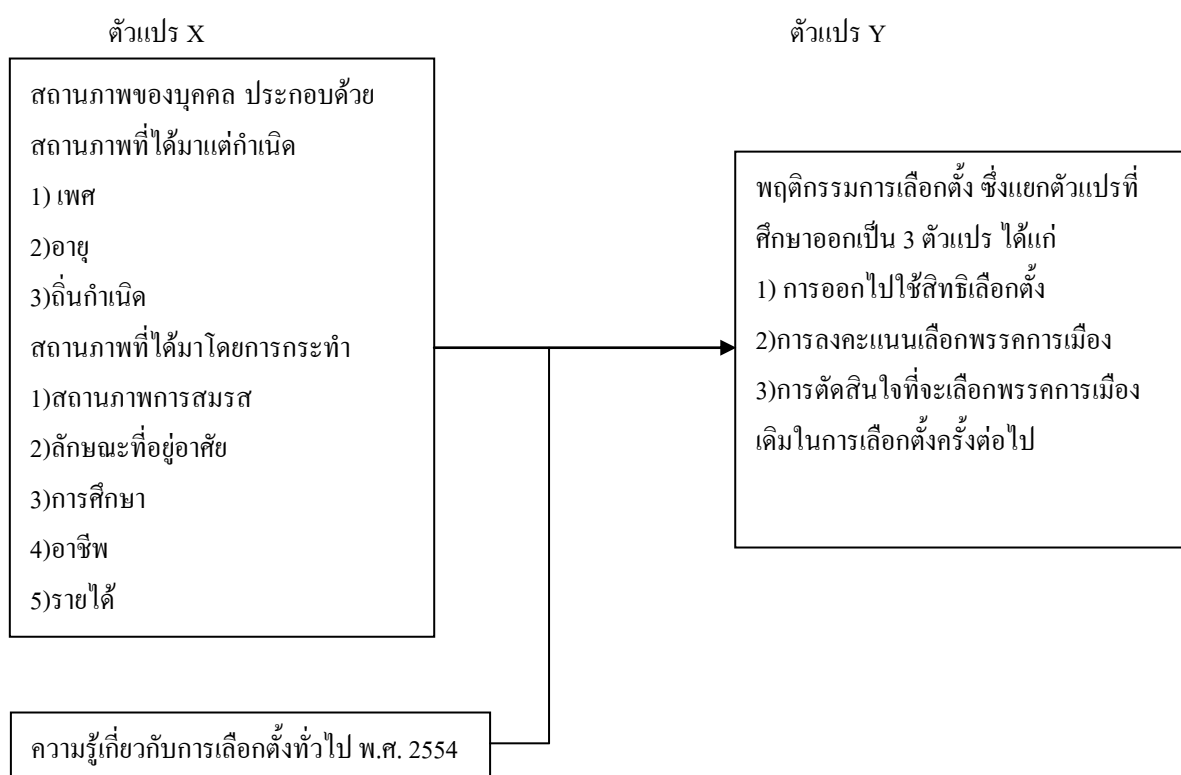
สำหรับการเลือกตั้งทั่วไปครั้งที่ 24 ของไทยที่เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 นั้นถือเป็นปรากฏการณ์ครั้งสำคัญในการเมืองไทยและเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างมากเพราะปรากฏจำนวนตัวเลขผู้ออกมาใช้สิทธิเลือกตั้งถึง 35,203,107 คนจากผู้มีสิทธิทั่วประเทศ 46,921,682 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 75.03 (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2554) จากจำนวนสถิติการออกมามีสิทธิเลือกตั้งซึ่งแสดงถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาประเด็นพฤติกรรมทางการเมืองในการเลือกตั้งครั้งนี้ โดยใช้การออกมามีสิทธิ การเลือกพรรคการเมืองและการจะเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไป เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยทางสถานภาพทางสังคมใดเป็นตัวประกอบพฤติกรรมดังกล่าวบ้าง โดยพื้นที่เขตจตุจักร กรุงเทพมหานครซึ่งใช้เป็นพื้นที่ศึกษาเพราะความเป็นพื้นที่เขตเมืองที่มีความสลับซับซ้อนในด้านวิถีชีวิตและรูปแบบความสัมพันธ์ของคนในสังคมที่มีความหลากหลายซึ่งทำให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างกันเพื่อนำมาศึกษาได้อย่างถูกต้องแม่นยำตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาถึง “สถานภาพทางสังคมกับพฤติกรรมการเลือกตั้ง” เพื่อตอบคำถามจากผลการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2554 ที่เกิดขึ้นแล้วว่า สถานภาพทางสังคมที่อยู่เบื้องหลังของผู้มีสิทธิเลือกตั้งนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกตั้งที่เกิดขึ้นหรือไม่ และถ้าสถานภาพทางสังคมมีความสัมพันธ์กัน แล้วปัจจัยด้านใดที่มีความสัมพันธ์นั้นบ้าง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแบบแผนพฤติกรรมการเลือกตั้งของคนไทยและพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของไทยให้เพิ่มสูงขึ้นต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ทำการศึกษาวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งแสดงได้ดังนี้

แผนภาพที่ 1 : แสดงกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา



นิยามปฏิบัติการ

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ใช้คำศัพท์ปฏิบัติการ (Operation Definition) ดังนี้

สถานภาพทางสังคม หมายถึง ตำแหน่ง ฐานะ หรือสถานะของบุคคลที่แสดงถึงความแตกต่างหรือแสดงถึงข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบ โดยการจำแนกเป็นสถานภาพที่ได้มาโดยการเกิด (Ascribed Status) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

- 1) เพศ (Sex status) 2) อายุ (Age status) และ 3) ถิ่นกำเนิด (Birthplace) และจำแนกเป็นสถานภาพที่ได้มาโดยการกระทำหรือความสามารถ (Achieved Status) ได้แก่ 1) สถานภาพการสมรส (Marital status) 2) ลักษณะที่อยู่อาศัย (Housing) 3) การศึกษา (Education) 4) อาชีพ (Job) และ 5) รายได้ (Revenue)

พฤติกรรมทางเลือกตั้ง หมายถึง ลักษณะอาการที่แสดงออกมาในการเลือกตั้งทั่วไปของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร วันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลักษณะอาการที่กระทำโดยการแสดงออกมา ดังนี้ 1) การออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง 2) การลงคะแนนเลือกพรรคการเมือง 3) การแสดงทัศนคติเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง หมายถึง การแสดงออกผ่านการรับรู้ข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไปสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ซึ่งประกอบด้วย 1) การเลือกตั้งเป็นหน้าที่ 2) องค์การที่จัดการเลือกตั้ง 3) การใช้สิทธิ์ล่วงหน้า 4) การลงคะแนนเลือกตั้ง 5) หัวหน้าพรรคเพื่อไทย 6) หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ 7) หมายเลขผู้สมัคร/พรรคการเมือง 8) หลักฐานที่ใช้ประกอบการใช้สิทธิ์ 9) บทลงโทษในกรณีไม่ไปใช้สิทธิ์ และ 10) จำนวน ส.ส. ในการเลือกตั้งครั้งนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสถานภาพทางสังคมกับพฤติกรรมทางเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งกับพฤติกรรมทางเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey method) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและมีการทดสอบความเชื่อมั่นและความแม่นยำมาแล้ว โดยมีโครงสร้างข้อคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ส่วนที่ถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสถานภาพส่วนบุคคลใช้วิธีการเลือกตอบ (Check list) 2) ส่วนที่ถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2554 จำนวน 10 ข้อและคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกตั้งใน 3 ประเด็น คือ การออกไปใช้สิทธิ์, การเลือกพรรคการเมือง, และการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไปใช้วิธีการเลือกตอบ (Check list) และ 3) ส่วนที่ถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม – เมษายน พ.ศ. 2555 กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย จากประชากรผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตจตุจักรทั้งหมด 126,499 คน(คณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2554) ซึ่งใช้วิธีการหาขนาดตัวอย่างตามการสัดส่วนประชากรตามสูตรในตารางของ Krejcie & Morgan (อ้างในวัลลภ รัฐรัตนานนท์, 2555 : 141) จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม(Cluster Sampling)โดยเลือกพื้นที่ศึกษาได้แก่แขวงลาดยาว และแขวงจตุจักร จำนวนแขวงละ 200 รายรวม 400 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ค่าสถิติต่างๆที่สนใจ สำหรับการทดสอบสมมติฐานการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ(Multivariate Analysis of Variance : MANOVA) ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ที่เหมาะสมกับการทดสอบตัวแปรอิสระตัวแปรเดียวที่มีระดับการวัดแบบกลุ่มหรืออันดับกับตัวแปรตามที่มีระดับการวัดแบบช่วงหลายตัวได้ ซึ่งใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องสถานภาพทางสังคมกับพฤติกรรมการเลือกตั้งในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2554 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานครนั้นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 รายพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 29 มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 56 มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยวที่สร้างขึ้นเอง คิดเป็นร้อยละ 36 มีถิ่นกำเนิดหรือภูมิลำเนาเดิมเป็นคนกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 55.5 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีอาชีพเป็นผู้ใช้แรงงาน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยสูงกว่า 10,000 – ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29

สำหรับความรู้ที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2554 นั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับข้อหวัหน้าพรรคประชาธิปัตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.8 และที่ไม่รู้มากที่สุดคือชื่อของหัวหน้าพรรคเพื่อไทย คิดเป็นร้อยละ 73

นอกจากนั้นการศึกษากฎการเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่างก็พบว่า ส่วนใหญ่ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 คิดเป็นร้อยละ 88.5 โดยส่วนใหญ่เลือกพรรคการเมืองอื่นที่มีใช้พรรคเพื่อไทย คิดเป็นร้อยละ 59.3 และในส่วนการตัดสินใจว่าจะยังคงเลือกพรรคการเมืองเดิมหรือไม่ในการเลือกตั้งครั้งต่อไปส่วนใหญ่คาดว่าจะยังไม่เลือกหรือยังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 59.7

สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านสถานภาพทางสังคมกับพฤติกรรมการเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA) สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่า

- 1) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ได้แก่ ปัจจัยจากลักษณะที่อยู่อาศัย ถิ่นกำเนิด การศึกษา อาชีพ และรายได้
- 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกพรรคการเมืองในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ได้แก่ ปัจจัยจากเพศ อายุ สถานภาพสมรส ลักษณะที่อยู่อาศัย ถิ่นกำเนิด อาชีพ และรายได้ และ
- 3) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจว่าจะเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไป ได้แก่ การศึกษา และอาชีพ

สำหรับปัจจัยทางด้านความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2554 นั้นมีความสัมพันธ์กับการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งและการตัดสินใจประกอบว่าจะเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไปอีกด้วย

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยต่างๆที่กล่าวมา สามารถแสดงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงสรุปการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางสถานภาพทางสังคมกับพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง

ปัจจัยทางสถานภาพ	พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง					
	การออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง		การเลือกพรรคการเมือง		การตัดสินใจว่าจะเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไป	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig
เพศ	.025	.87	6.41	.01*	.01	.90
อายุ	1.26	.28	3.53	.00*	2.14	.06
สถานภาพสมรส	2.11	.12	6.92	.00*	.45	.63
ลักษณะที่อยู่อาศัย	6.65	.00*	2.17	.02*	1.11	.34
ถิ่นกำเนิด	7.99	.00*	9.36	.00*	.36	.54
การศึกษา	4.91	.00*	8.05	.00*	3.08	.00*
อาชีพ	3.44	.00*	3.69	.00*	2.47	.00*
รายได้	3.24	.00*	3.17	.00*	1.58	.14
ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง	11.14	.00*	.75	.38	8.61	.00*

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1 เห็นได้ว่าปัจจัยด้านสถานภาพทางสังคมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาเปรียบเทียบกับพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งในการเลือกตั้งทั่วไปสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 ในลักษณะต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยสามารถอภิปรายแต่ละประเด็นตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เพศของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน (Sig = .01) เพราะการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ที่ผ่านมามีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประเด็นสำคัญที่พรรคการเมืองใหญ่ที่กำลังเป็นรัฐบาลในปัจจุบันใช้คือ นโยบายขุนนางสายถึงลักษณ์ ชินวัตร ผู้สมัครแบบบัญชีรายชื่อลำดับแรกของพรรคเพื่อไทยเป็นตัวสนับสนุนฐานเสียงของพรรค โดยเฉพาะการเป็นนายกรัฐมนตรีหญิงคนแรกของประเทศไทย ทำให้ปัจจัยด้านเพศเข้ามามีบทบาทสำคัญสำหรับการตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งนี้

2. ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อายุของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน ($Sig = .00$) เพราะเนื่องจากช่วงอายุของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความนิยมชมชอบในนโยบายหาเสียงหรือกรรมการบริหารของพรรคการเมืองต่างๆ แตกต่างกัน เช่น วัยรุ่นที่มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกจะเลือกพรรครักประเทศไทยของ นายชูวิทย์ กมลวิศิษฐ์ เพราะชื่นชอบในบุคลิกที่ท้าทาย และกล้าแสดงออกในความเป็นตัวตนของหัวหน้าพรรค เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า สถานภาพสมรสของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน ($Sig = .00$) เพราะเนื่องจากการที่มีสิทธิเลือกตั้งพิจารณาถึงความมั่นคงในชีวิตครอบครัวระหว่างคนโสดกับคนที่มีความพร้อมแล้วก็อาจทำให้เลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน โดยคนมีครอบครัวก็จะนึกถึงนโยบายเรียนฟรี มีงานทำ มีเงินออม มีสวัสดิการสังคมจากรัฐดูแล ส่วนคนโสดจะนึกถึงนโยบายทางด้านสังคม การสร้างสังคมสมัยใหม่ ที่ก้าวหน้าการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ($Sig = .00$) และการเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน ($Sig = .02$) เพราะเนื่องจากนโยบายของพรรคการเมืองหลายพรรคในช่วงเวลาเลือกตั้งหันนโยบายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของประชาชน เช่น พรรคเพื่อไทย พรรคชาติไทยพัฒนา และพรรคชาติพัฒนาเพื่อแผ่นดิน ทำให้ประชาชนที่มีที่อยู่อาศัยในลักษณะต่างๆ มีความสนใจที่จะไปใช้สิทธิเลือกตั้งและลงคะแนนเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน

5. ปัจจัยด้านถิ่นกำเนิดแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ถิ่นกำเนิดของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ($Sig = .00$) และการเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน ($Sig = .00$) เพราะเนื่องจากความแตกต่างระหว่างค่านิยมและความคิดเห็นระหว่างคนกรุงเทพฯ และคนต่างจังหวัดที่เข้ามาอยู่ในกรุงเทพฯ อาจทำให้เห็นนโยบายของพรรคการเมืองหรือผู้สมัครของพรรคการเมืองในการทำหน้าที่แทนคนกลุ่มตนแตกต่างกันออกไป เช่น คนกรุงเทพฯ และคนปักษ์ใต้อาจจะมองว่าพรรคประชาธิปัตย์คือตัวแทนของกลุ่มตน คนอีสานคนเหนืออาจมองว่าพรรคเพื่อไทยคือตัวแทนของกลุ่มตน เป็นต้น

6. ปัจจัยด้านการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การศึกษาของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ($Sig = .00$) ,การเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน ($Sig = .00$) และการเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไปนั้น ($Sig = .00$) ที่แตกต่างกันนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าเพราะเนื่องจากการศึกษาทำให้ความคิดเห็นและความเข้าใจในประเด็นทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งแตกต่างกัน ยังมีการศึกษามากเท่าไร ยิ่งเท่าไรมีการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง การเลือกพรรคการเมือง และการมีแนวโน้มว่าจะเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไปแตกต่างกันยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Milbrath and Goel (1977) ที่กล่าวว่าการศึกษาจะเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคลมากที่สุด เนื่องจากเป็นตัวแปรที่

สัมพันธ์กับคุณสมบัติอื่นๆ ของบุคคลทั้งในด้านทัศนคติ ความคิด ความเชื่อและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ตามมา

7. ปัจจัยด้านอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อาชีพของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง (Sig = .00) การเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน (Sig = .00) และการเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไปนั้น (Sig = .00) ที่แตกต่างกันนั้น ผู้วิจัยเห็นเพราะเนื่องจากอาชีพของผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นตัวกำหนดสถานภาพทางสังคมในการกระทำหลายๆ อย่าง อาชีพที่มีความมั่นคงแล้ว เช่น รับราชการ ก็จะเลือกพรรคการเมืองที่มีนโยบายสนับสนุนสวัสดิการและการเสริมสร้างความมั่นคงในการทำงานของตน หรือพรรคที่ค่อนข้างมีแนวโน้มนโยบายอนุรักษ์นิยม ส่วนผู้ที่มีอาชีพที่ไม่แน่นอนหรืออาชีพที่ต้องทำงานหนักเพื่อแลกค่าจ้าง ก็จะเลือกพรรคการเมืองที่มีนโยบายสนับสนุนการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำ การลดค่าครองชีพ การจัดสวัสดิการสังคมให้ในลักษณะฟรีและทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Huntington and Nelson (1976) ที่พบว่า บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความกระตือรือร้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน และผู้วิจัยพบในงานวิจัยนี้เช่นกันว่ากลุ่ม คนใช้แรงงานเป็นอาชีพที่มีความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมามากที่สุดอีกด้วย

8. ปัจจัยด้านรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รายได้ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง (Sig = .00) และการเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน (Sig = .00) ผู้วิจัยเห็นว่าเพราะเนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตในสังคม รายได้ของคนบ่งบอกถึงความมั่นคงของคนนั้นๆ ดังนั้นจึงทำให้คนที่มียาได้แตกต่างกันจึงเห็นความสำคัญของการเมืองและออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งแตกต่างกันไป นอกจากนี้ก็จะทำการเลือกพรรคการเมืองที่แตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Milbrath and Goel (1977) ที่พบว่าบุคคลที่มีรายได้สูงขึ้นเพียงโดยอ้อมมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจและเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองที่มากขึ้นเป็นต้น

9. ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกตั้งที่แตกต่างกันหรือไม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง (Sig = .00) และการเลือกพรรคการเมืองเดิมในการเลือกตั้งครั้งต่อไปนั้น (Sig = .00) เพราะเนื่องจากความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งนั้นมีความสำคัญและสามารถทำให้คนที่สนใจติดตามการเมืองอยู่เนืองนิตย์มีความกระตือรือร้นที่จะออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งและพิจารณาว่าจะเลือกพรรคการเมืองเดิมหรือไม่ในการเลือกตั้งครั้งต่อไปที่แตกต่างกันด้วย

ดังนั้นปัจจัยด้านต่างๆ ตามที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านสถานภาพที่ได้มาโดยกำเนิด (Ascribed status) ได้แก่ เพศ อายุ และถิ่นกำเนิด และปัจจัยทางด้านสถานภาพที่ได้มาโดยความสามารถ (Achieved status) ได้แก่ สถานภาพการสมรส ลักษณะที่อยู่อาศัย การศึกษา อาชีพ และรายได้ นั้นมีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเมืองในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2554 ร่วมกันเพียงลักษณะเดียวคือ การเลือกพรรคการเมือง ส่วนปัจจัยทางด้านความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้วิจัยสนใจนั้นกลับเป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกพรรคการเมืองเหมือนกับปัจจัยทางสถานภาพทางสังคมต่างๆ ตามที่ได้ศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การ

เลือกพรรคการเมืองต่างๆ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรู้หรือความมั่นคงให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งของหน่วยงานรัฐบาลหรือพรรคการเมือง แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านสภาพทางสังคมทั้งเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ถิ่นกำเนิด ลักษณะที่อยู่อาศัย การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายหาเสียงของพรรคการเมืองต่างๆ ว่าจะสามารถเข้าถึงหรือให้ประโยชน์กับบุคคลที่มีสภาพทางสังคมเช่นไรมากกว่า

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นว่าสภาพทางสังคมต่างๆ เป็นปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเลือกตั้งทั่วไปครั้งที่ผ่านๆ มา ซึ่งคณะกรรมการการเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองต่างๆ ควรทำความเข้าใจปัจจัยทางด้านสภาพของผู้มีสิทธิเลือกตั้งเพื่อเกิดการกระตุ้นสำนึกในสิทธิเลือกตั้งและเห็นแก่ผลประโยชน์ทางสังคมและส่วนตนที่จะได้รับจากการเลือกตั้งแต่ละครั้ง นอกจากนี้ควรมีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งในสังคมไทยอย่างต่อเนื่องจากแนวการศึกษาของนักรัฐศาสตร์อื่นๆ นอกจากชาวอเมริกันและควรมีการใช้เครื่องมือในการวิจัยที่หลากหลายมากกว่าแบบสอบถาม รวมทั้งควรมีการศึกษาโดยภาพรวมทั่วประเทศ โดยใช้วิธีการศึกษาเปรียบเทียบเป็นรายภูมิภาคและรายพรรคการเมืองเพื่อให้เห็นภาพรวมเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเมืองและการพัฒนากระบวนการเลือกตั้งของไทยสืบไป

เอกสารอ้างอิง

- พัฒนา เรือนใจดี. 2553. **กฎหมายพรรคการเมือง**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิชาย รัตนดิถ ฅ ภูเกิด .2541. **ชนชั้นกับการเลือกตั้ง : ความรุ่งเรืองและความตกต่ำของสามพรรคการเมือง**
- ในกรุงเทพมหานคร . กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.**
- วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. 2555. **วิธีและเทคนิคในการวิจัยทางรัฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทองกมล.
- สตีล ธนาธิโชติ. 2550. “พฤติกรรมนิยม (Behavioralism) และสถาบันนิยม (Institutionalism) ในการเมืองเรื่อง การเลือกตั้งของไทย” วารสารพระปกเกล้า 5 (3).
- สุจิต บุญบงการและพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. 2526. **พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของคนไทย : ศึกษาจากการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2522**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. 2554. **ข้อมูลสถิติการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.
- Huntington, S. P. and Nelson, J. M. .1976. **No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries** .Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Milbrath, Lester W. and Goel, M. L. .1977 . **Political Participation: How and Why do People Get Involved in Politics?** .Chicago : Rand McNally College Pub. Co.

**การปรับตัวของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมา
ที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน**

**ADAPTATION OF ELDERS WITH DIFFERENT SELF-ESTEEM LEVELS
IN MUEANG NAKHON RATCHASIMA DISTRICT**

นางสาวจุฑารัตน์ ห้องนาค

ผู้ช่วยนักวิชาการศึกษา เทศบาลตำบลโลกสูง

E-mail : Vachiranan@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง นครราชสีมา 2. ศึกษาการปรับตัวของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง นครราชสีมา และ 3. เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมาที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 757 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบวัดการปรับตัว แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ การปรับตัวด้านร่างกาย การปรับตัวด้านอัตมโนทัศน์ การปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ และการปรับตัวด้านการพึ่งพาช่วยเหลือ และแบบวัดระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การทดสอบค่าที

ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมา ส่วนใหญ่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูงมากกว่าระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลางและไม่มีผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ
2. ผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมา ส่วนใหญ่มีการปรับตัวโดยรวมและรายด้านดี
3. ผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูงจะมีการปรับตัวโดยรวมและรายด้านดีกว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การเห็นคุณค่าในตนเอง , การปรับตัวของผู้สูงอายุ

ABSTRACT

This research aimed to study the adaptation of elders with different self-esteem in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. Samples were 757 elders in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. Adaptation Scale divided into 4 aspects as; Physiological mode, Self-concept mode, Role function mode and Interdependence mode with the reliabilities of .741, .871, .810 and .510

respectively as well as the Self-Esteem Scale with the reliabilities of .916 were used as the research tools. Data were analyzed by using t-test.

The research revealed that;

1. The elders with high level of self-esteem had their adaptations in high level both in overall and by aspects, except in aspect of interdependence mode was in medium level. Those with medium level of self-esteem had their adaptations in medium level both in overall and by aspects and none of elders had of self-esteem.

2. The elders with high level of self-esteem had better their adaptations the elders with medium level of self-esteem had their adaptations both in overall and each aspect of physiological mode, self-concept mode, role function mode and interdependence mode with statistically significant differences at .01 of level

KEYWORDS : self-esteem , adaptation of elders

บทนำ

ผู้สูงอายุเป็นทรัพยากรบุคคลที่ทรงคุณค่า เนื่องจากเป็นบุคคลผู้ได้ผ่านการดำเนินชีวิตมาเป็นเวลานาน จึงมีโอกาสสั่งสมประสบการณ์ต่าง ๆ ทั้งในแง่ของการดำเนินชีวิตทางสังคมการทำงาน การศึกษาวิชาการต่าง ๆ รวมทั้งเป็นผู้เชื่อมโยงยุคสมัยก่อนและปัจจุบัน ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือมีความต่อเนื่องกัน ดังนั้นการมีโอกาสที่จะได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ จากผู้สูงอายุมาสู่ผู้เยาว์ จึงนับเป็นการสืบทอดศิลปวิทยาการ ค่านิยมทางสังคม และวัฒนธรรมที่ทำให้สังคมมนุษย์มีความเจริญงอกงามมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นที่ยอมรับกันถึงความสำคัญของทรัพยากรบุคคลกลุ่มนี้แต่การเชื่อมโยงประสบการณ์ระหว่างคนรุ่นนี้กับคนรุ่นหนุ่มสาวก็ยังประสบปัญหาโดยตลอด (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สถาบันวิจัยสังคม, ม.ป.ป : 1-2) ทั้งนี้ในอดีตที่ผ่านมาการศึกษาปัญหาเกี่ยวกับผู้สูงอายุมีไม่มากนัก เนื่องจากประชากรกลุ่มนี้เป็นประชากรกลุ่มน้อยและไม่มีปัญหาทางสังคมที่เด่นชัด แต่ในภาพการณ์ปัจจุบันที่โลกมีการพัฒนาวิทยาการทางการแพทย์มากขึ้น ทำให้ช่วงการมีชีวิตของมนุษย์ยืดยาวออกไป ขณะเดียวกันอัตราการตายในทุกกลุ่มอายุก็ลดลงด้วยนั้น ทำให้คาดการณ์ว่าจะเกิดปัญหาเกี่ยวกับผู้สูงอายุขึ้น และปัญหานี้จะเป็นปัญหาที่ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นทั้งนี้เพราะประชากรในกลุ่มนี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีประชากรอันดับ 2 ของประเทศไทย และเป็นอันดับ 1 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปี พ.ศ.2553 มีประชากรประมาณ 2,582,089 คน มีผู้สูงอายุประมาณ 308,608 คนและมีปัญหาด้านต่าง ๆ เช่นเดียวกับผู้สูงอายุทั่วไป การสงเคราะห์ผู้สูงอายุเป็นภาระหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดบริการสาธารณะเพื่อประชาชน ซึ่งกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 จากการที่ผู้สูงอายุประสบปัญหาต่าง ๆ มากมาย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการสงเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนของผู้สูงอายุให้สามารถมีศักยภาพสูงขึ้น โดยมีการถ่ายโอนภารกิจไปให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับสังคมสงเคราะห์ผู้สูงอายุ คือ สถานสงเคราะห์คนชรา การแจกเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ (สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา, 2553, 11)

เมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ จะมีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มากมายที่ผู้สูงอายุและครอบครัวต้องเผชิญ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและเศรษฐกิจของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุบางคนรับไม่ได้ต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น บางคนคับข้องใจในตนเอง บางคนมีความขัดแย้งกับลูกหลานหรือคนใกล้ชิด จึงเป็นที่มาของความเครียด อาการซึมเศร้าและการไม่มีความสุข การที่ผู้สูงอายุจะมีความสุขได้นั้น สิ่งแรกที่ผู้สูงอายุจะต้องทำ คือ การปรับตัวทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ความคิด อารมณ์ และสภาพความเป็นอยู่ของตนเอง โดยเริ่มจากการปรับใจของตนเองให้ได้ ด้วยการเปิดใจยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งของตนเองและสิ่งใหม่ ๆ ในสังคม เปิดรับและยอมรับความคิดเห็นของลูกหลานและคนอื่นให้มากขึ้น ไม่เก็บตัวหรือแยกตัวออกจากครอบครัวหรือสังคม พยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของครอบครัว เพื่อนฝูง ชุมชนหรือสังคม มีความยืดหยุ่นในเรื่องต่าง ๆ ต้องคิดอยู่เสมอว่า ทำอย่างไรจึงจะอยู่ร่วมกับครอบครัวและคนอื่นให้ได้อย่างดีที่สุดเท่าที่ทำได้ ทำอย่างไรที่จะให้มีความขัดแย้งกันน้อยที่สุด ตลอดจนพยายามช่วยตนเองในด้านต่าง ๆ ให้มากที่สุด และยอมรับความช่วยเหลือและการดูแลของลูกหลานเมื่อถึงเวลาที่จำเป็น (ศรีเรือน แก้วกังวาน, 2549 : 631-632) ดังนั้นการปรับตัวจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำรงชีวิตต่อไปในวัยสูงอายุ เพราะหากสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพปัจจุบันของตนเองและสังคมได้ ก็จะทำให้ผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข

การปรับตัว (Adaptation) เป็นกระบวนการที่สิ่งมีชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับลักษณะบางประการเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยที่มีลักษณะเปลี่ยนแปลงไป การปรับตัวจะอำนวยความสะดวกแก่ชีวิตในแง่ของการอยู่รอดและสามารถสืบพันธุ์ต่อไปได้ การปรับตัวของผู้สูงอายุเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม เศรษฐกิจ ซึ่งมีผลเกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมปรับตัว ตามแนวทฤษฎีการปรับตัวของ Roy (1991 : 11-13) กล่าวถึงการปรับตัวไว้ว่า สุขภาพของบุคคลเป็นผลสะท้อนของการปรับตัวหรือผลจากกระบวนการที่บุคคลพยายามรักษาไว้ซึ่งความสมดุลของระบบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงในชีวิต การปรับตัวสามารถแสดงออกโดย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านการพึ่งพาห้วกัน การปรับตัวที่เหมาะสมแสดงถึงการมีสุขภาพที่ดี อันจะส่งผลให้บุคคลเกิดความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ผู้สูงอายุที่มีความสุข ก็คือผู้สูงอายุที่สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสมตามวัย การปรับตัวในวัยสูงอายุมีรูปแบบและลักษณะค่อนข้างจำเพาะ ผิดกับวัยอื่น เพราะการปรับตัวในช่วงนี้เป็นการปรับตัวต่อสภาวะวิกฤติที่เป็นความเสื่อมถอย การพลัดพราก การปิดฉากจบสุดท้ายของชีวิต ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้สูงอายุ ได้แก่ การเห็นคุณค่าในตนเอง (Atchley, 1988 : 158)

การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem) เป็นความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อตนเองว่ามีความสำคัญ มีความสามารถ มีความสำเร็จ มีความนับถือตนเอง เชื้อมั่นในตนเอง เคารพตนเองและภาคภูมิใจในตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อมนุษย์ เนื่องจากเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของจิตใจทำให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่าและสามารถบ่งชี้คุณภาพชีวิตของบุคคลได้ว่าเป็นอย่างไร การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่มีประสิทธิภาพ บุคคลจะแสดงระดับของการเห็นคุณค่าในตนเองที่แตกต่างกันออกมาโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวด้วยลักษณะท่าทาง น้ำเสียง คำพูด และการกระทำ บุคคลที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองในระดับสูง พอจะสามารถสร้างสรรค์ความคิดหรือการกระทำที่จะเผชิญความเครียดต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การเห็นคุณค่าในตนเองยังเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับตัวทางอารมณ์ ทางสังคมและการเรียนรู้ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการรับรู้ชีวิตที่มีผลต่อความคิด ความปรารถนา ค่านิยม อารมณ์และการตั้งเป้าหมาย

ในชีวิตของแต่ละบุคคล อันมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของเขาจนกระทั่งกลายเป็นลักษณะของบุคลิกภาพตามมา และการประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวทั้งในชีวิต การศึกษาเล่าเรียนหรือการทำงานในชีวิตส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับความเห็นคุณค่าในตนเองด้วยเช่นกัน ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูงจึงมีความเชื่อมั่นในตนเองและมีความคาดหวังอย่างเป็นจริงและเป็นไปได้ในความสำเร็จที่จะได้รับ ดังนั้น การเห็นคุณค่าในตนเองจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะพัฒนาบุคคลไปสู่การเป็นบุคคลที่สมบูรณ์ได้ในที่สุด (จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2552 : 1)

การเห็นคุณค่าในตนเอง มีความสำคัญอย่างยิ่งในการปรับตัวของผู้สูงอายุ เพราะพื้นฐานของการมองชีวิต ความสามารถทางด้านสังคมและอารมณ์ เกิดจากการเห็นคุณค่าในตนเอง บุคคลที่เห็นคุณค่าในตนเองสูงจะสามารถเผชิญกับอุปสรรคที่ผ่านเข้ามาในชีวิตได้สามารถยอมรับเหตุการณ์ที่ทำให้ตนเองรู้สึกผิดหวัง ท้อแท้ใจ ความเชื่อมั่นในตนเอง มีความหวังและความกล้าหาญ จะทำให้เป็นคนที่เหมาะสมผลสำเร็จ มีความสุข สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขตามที่ตนปรารถนา บุคคลที่เห็นคุณค่าในตนเอง รู้ว่าตนเองมีคุณค่า มักจะมีการประเมินตนเองในด้านดี ทั้งในเรื่องของการปรับตัวเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ เพราะจะคิดว่าชีวิตของตนมีค่าต่อบุคคลรอบข้างเป็นอย่างมาก ก็จะดูแลร่างกายของตัวเองเป็นอย่างดี อารมณ์ดี ไม่เกิดภาวะซึมเศร้าในจิตใจ ซึ่งส่งผลให้ร่างกายแข็งแรง แต่ถ้าบุคคลใดที่มีความรู้สึกว่ามีใครสนใจ ก็จะเกิดการปรับตัวเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุไม่สมบูรณ์ ไม่ได้รับการยอมรับหรือทำอะไรแล้วไม่ประสบความสำเร็จ จะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกว่าตนเองไร้คุณค่า เมื่อเกิดความรู้สึกเช่นนี้ขึ้นก็จะทำให้บุคคลนั้นขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ดังนั้น ความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองที่แตกต่างกันจึงมีผลต่อการปรับตัวต่อความรู้สึก หรือพฤติกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล (Newman, 1986 : 281-286)

ในการวิจัยเรื่องนี้ได้เลือกศึกษาผู้สูงอายุในอำเภอเมือง นครราชสีมา เป็นกรณีศึกษา เพราะผู้วิจัยอาศัยอยู่ในพื้นที่เขตอำเภอเมืองนครราชสีมาและได้ทำงานเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ จึงทำให้ทราบว่า ปัญหาของผู้สูงอายุที่พบส่วนใหญ่เกิดจากอะไร และเพื่อต้องการหาแนวทางจากผลการวิจัยที่ได้ไปปรับใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุต่อไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับให้บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุได้นำไปใช้เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุให้เหมาะสม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยศึกษาการปรับตัวตามแนวคิดของ Roy และ Andrew (1999) แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ การปรับตัวด้านร่างกาย การปรับตัวด้านอัตมโนทัศน์ การปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ และการปรับตัวด้านการพึ่งพาพึ่งพาระหว่างกัน ส่วนการเห็นคุณค่าในตนเองแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง ระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลาง และระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ดังกรอบแนวคิดในการวิจัยต่อไปนี้



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการปรับตัวของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาระดับการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมา
3. เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมาที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุแตกต่างกัน การปรับตัวของผู้สูงอายุก็จะแตกต่างกันด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มุ่งศึกษาการปรับตัวของผู้สูงอายุในจังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีจำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 แบบวัดการปรับตัว มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ 1)จริงมากที่สุด 2)จริงมาก 3)จริงน้อย 4)จริงน้อยที่สุด มีจำนวน 47 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว เพื่อเก็บข้อมูลการปรับตัว 4 ด้าน คือ 1)การปรับตัวด้านร่างกาย 2)การปรับตัวด้านอัตมโนทัศน์ 3)การปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ และ 4)การปรับตัวด้านการพึ่งพาระหว่างกัน

เกณฑ์การให้คะแนน

กรณีข้อความในทางบวก จำนวน 37 ข้อ

มากที่สุด	ให้ 4 คะแนน
มาก	ให้ 3 คะแนน
น้อย	ให้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

กรณีข้อความในทางลบ จำนวน 10 ข้อ

มากที่สุด	ให้ 1 คะแนน
มาก	ให้ 2 คะแนน
น้อย	ให้ 3 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้ 4 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11)

คะแนนเฉลี่ย 3.01-4.00 หมายถึง ผู้สูงอายุมีการปรับตัวดี

คะแนนเฉลี่ย 2.01-3.00 หมายถึง ผู้สูงอายุมีการปรับตัวปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00-2.00 หมายถึง ผู้สูงอายุมีการปรับตัวน้อย

ฉบับที่ 2 แบบวัดระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ 1)จริงมากที่สุด 2)จริงมาก 3)จริงน้อย 4)จริงน้อยที่สุด รวม 37 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

กรณีข้อความในทางบวก จำนวน 25 ข้อ

มากที่สุด	ให้ 4 คะแนน
มาก	ให้ 3 คะแนน
น้อย	ให้ 2 คะแนน

กรณีข้อความในทางลบ จำนวน 12 ข้อ

มากที่สุด	ให้ 1 คะแนน
มาก	ให้ 2 คะแนน
น้อย	ให้ 3 คะแนน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ถึงนายกเทศมนตรีเทศบาลในอำเภอเมืองนครราชสีมา เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ติดต่อขออนุญาตเก็บข้อมูลผู้สูงอายุ

3.3 จัดเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองระหว่างวันที่ 4 มกราคม ถึง 3 มีนาคม 2555

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปดังนี้

4.1 วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 เปรียบเทียบการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน ด้วยการทดสอบค่าที

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองนครราชสีมา ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 45,591 คน (กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง, 2553)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 844 คน เก็บได้จริง 757 คน คิดเป็นร้อยละ 90 ซึ่งได้จากการสุ่ม แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปดังนี้

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. เปรียบเทียบการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน ด้วยการทดสอบค่าที

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมาจำแนกตามระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองนครราชสีมา ดังรายละเอียดในตารางที่ 1-3

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปรับตัวของผู้สูงอายุโดยรวมและรายด้าน

การปรับตัว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านร่างกาย	3.06	.34	ปรับตัวดี
ด้านอัตมโนทัศน์	3.18	.45	ปรับตัวดี
ด้านบทบาทหน้าที่	3.20	.39	ปรับตัวดี
ด้านการพึ่งพาระหว่างกัน	2.82	.31	ปรับตัวปานกลาง
โดยรวม	3.10	.32	ปรับตัวดี

จากตาราง 1 พบว่า การปรับตัวของผู้สูงอายุโดยรวมและรายด้าน คือ ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ และด้านบทบาทหน้าที่ อยู่ในระดับดี ยกเว้นด้านการพึ่งพาระหว่างกันอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบทบาทหน้าที่ รองลงมา คือ ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านร่างกาย และด้านการพึ่งพาระหว่างกัน

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุ

ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง	N	ร้อยละ	$\bar{X}$	S.D.
สูง	497	65.7	3.45	.23
ปานกลาง	260	34.3	2.74	.17
ต่ำ	-	-	-	-
รวม	757	100	.40	.39

จากตาราง 2 พบว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูงมีมากกว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลาง โดยผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง จำนวน 497 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = .23) และผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลาง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ($\bar{X} = 2.74$, S.D. = .17) และไม่มีผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุจำแนกตามระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง

การปรับตัว	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง					
	สูง			ปานกลาง		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ด้านร่างกาย	3.20	.27	ดี	2.79	.28	ปานกลาง
ด้านอัตมโนทัศน์	3.36	.41	ดี	2.83	.28	ปานกลาง
ด้านบทบาทหน้าที่	3.36	.33	ดี	2.88	.31	ปานกลาง
ด้านการพึ่งพา ระหว่างกัน	2.84	.30	ปานกลาง	2.77	.33	ปานกลาง
โดยรวม	3.24	.27	ดี	2.82	.21	ปานกลาง

จากตาราง 3 พบว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง มีการปรับตัวโดยรวมดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ และด้านบทบาทหน้าที่ที่มีการปรับตัวดี ยกเว้นด้านการพึ่งพา ระหว่างกัน จะมีการปรับตัวปานกลาง และผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลางมีการปรับตัวโดยรวมปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ และด้านบทบาทหน้าที่ มีลักษณะเช่นเดียวกับการปรับตัวโดยรวม

ตอนที่ 2 ผลการเปรียบเทียบการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุในอำเภอ เมืองนครราชสีมา ที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน ดังรายละเอียดในตาราง 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการปรับตัวโดยรวมและรายด้านของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง นครราชสีมา ที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน

การปรับตัว	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง	N	$\bar{x}$	S.D.	t	p
ด้านร่างกาย	สูง	497	3.20	.27	18.67	.000
	ปานกลาง	260	2.79	.28		
การปรับตัว	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง	N	$\bar{x}$	S.D.	t	p
ด้านอัตมโนทัศน์	สูง	497	3.36	.41	20.78	.000
	ปานกลาง	260	2.83	.28		
ด้านบทบาทหน้าที่	สูง	497	3.36	.33	19.87	.000
	ปานกลาง	260	2.88	.31		
ด้านการพึ่งพา ระหว่างกัน	สูง	497	2.84	.30	3.00	.003
	ปานกลาง	260	2.77	.33		
โดยรวม	สูง	497	3.24	.27	23.30	.000
	ปานกลาง	260	2.82	.21		

จากตาราง 4 พบว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูงจะมีการปรับตัวโดยรวมและรายด้านดีกว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

จากการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง มีการปรับตัวดี และผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลาง มีการปรับตัวปานกลาง ดังนั้นจึงควรหาวิธีการกระตุ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจในการปรับตัวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปานกลางให้มีการปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะด้านพึ่งพา ระหว่างกัน เพราะผลการวิจัยพบว่าด้านนี้เป็นด้านที่มีการปรับตัวปานกลาง ทั้งผู้สูงอายุที่มีระดับการเห็นคุณค่าใน

ตนเองสูงและปานกลาง นอกจากนี้บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ควรใช้ผลวิจัยนี้เป็นแนวทางพัฒนาความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุให้เหมาะสม พร้อมทั้งแสวงหาวิธีการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุมีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูงขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการเปรียบเทียบการปรับตัวของกลุ่มตัวอย่างอื่นที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน

2.2 ควรทำการเปรียบเทียบการปรับตัวกับตัวแปรอื่น ๆ เช่น ลักษณะทางชีวภาพ ได้แก่ ลักษณะความเป็นอยู่ของครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจ ลักษณะทางจิตสังคม ได้แก่ สุขภาพจิต อารมณ์ ความรู้สึก

2.3 เสนอให้มีการวิจัยเชิงทดลอง เช่น การสร้างโปรแกรมส่งเสริมการเห็นคุณค่าในตนเอง เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

2.4 การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะภายในอำเภอเมืองนครราชสีมาเท่านั้น ผลวิจัยในครั้งนี้จึงไม่สามารถนำไปอ้างอิงประชากรเขตอื่นได้ จึงควรทำการเปรียบเทียบกับอำเภออื่น ๆ ด้วย

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ ให้คำปรึกษาแนะนำในด้านวิชาการ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยุทธ์ ไทยธานี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และขอกราบขอบพระคุณ ดร. สมเกียรติ ทานอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา คร้ามพัคตร์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บรรจบ บุญจันทร์ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือ และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงเครื่องมือเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณนายกเทศมนตรีทุกตำบลในอำเภอเมืองนครราชสีมาทุกท่าน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่ได้อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความร่วมมือและให้ความช่วยเหลือในกิจกรรมต่างๆ ของงานวิจัย ตลอดจนผู้สูงอายุทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาของการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่สนับสนุนให้โอกาสในการศึกษา ให้ความรัก ความห่วงใย และเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา จนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการอุดหนุนการวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประจำปีการศึกษา 2554

รายการอ้างอิง

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย. 2552. **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ : แอคทิฟ พรินท์.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป. **ชีวิตคนชราในจังหวัดเชียงใหม่**. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2554, จาก

http://www.sri.cmu.ac.th/~sri/local/research_a/DA/33_A.html

ศรีเรือน แก้วกังวาล. 2549. **จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย เล่ม 2 วัยรุ่น-วัยสูงอายุ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2552. **สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2554, จาก
http://www.msociety.go.th/document/edoc/edoc_895.pdf.

Atchely, Robert. 1988. **Social Process and Aging : An introduction to social gerontology**. 3 rd ed.
Belmont, Calif : Wodsworth.

Newman. 1986. **Gambling: Hazard or Reward**. London : Athlone Press.

Roy, S. C. & Andrew, H. A. 1991. **The Roy's adaptation model**. San Mateo, CA : Appleton & Lange.

**ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
และความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในจังหวัดเชียงราย**

**THE RELATIONSHIP OF INTERNET MEDIA EXPOSURE IN
ECOTOURISM WITH KNOWLEDGE, ATTITUDE AND THE BEHAVIOR
OF THAI TOURISTS IN CHIANG RAI PROVINCE**

พรรณราย ศรีวรชิน

นักศึกษาปริญญาโท คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

E-mail : phannarai_may@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมาย 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์มากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่าทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร สื่ออินเทอร์เน็ต การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ABSTRACT

The purposes of this study were 1). to study internet media exposure in tourism 2) to study the relationship between internet media exposure in tourism and knowledge, attitude and the behavior of Thai tourists in Chiang Rai province .The sample groups consisted of 400 Thai tourists in Chiang Rai province. The research instruments used in this study were the Least Significant Difference (LSD) and the questionnaire. The data were analyzed by using Mean, Standard deviation (S.D.) whereas the statistical techniques were Pearson's Correlation. The results of this research indicated that the tourists in the sample groups report their overall internet media exposure in ecotourism at the moderate level and the most is in the exposure from website. The tourist have knowledge in ecotourism at the low level. The positive attitude in ecotourism and the ecotourism behavior were at moderate level. The relationship between internet media exposure and knowledge, behavior it was not correlated with both knowledge and behavior but the internet media exposure in ecotourism correlated with attitude in ecotourism, at 0.05 level of statistical significant. The relationship between knowledge and attitude, it was revealed that knowledge in ecotourism correlated with attitude of ecotourism at significant difference at level of 0.05 .Finally, The relationship between attitude of ecotourism and behavior in tourism, it was revealed that attitude of ecotourism correlated with behavior in tourism at significant difference at level of 0.05

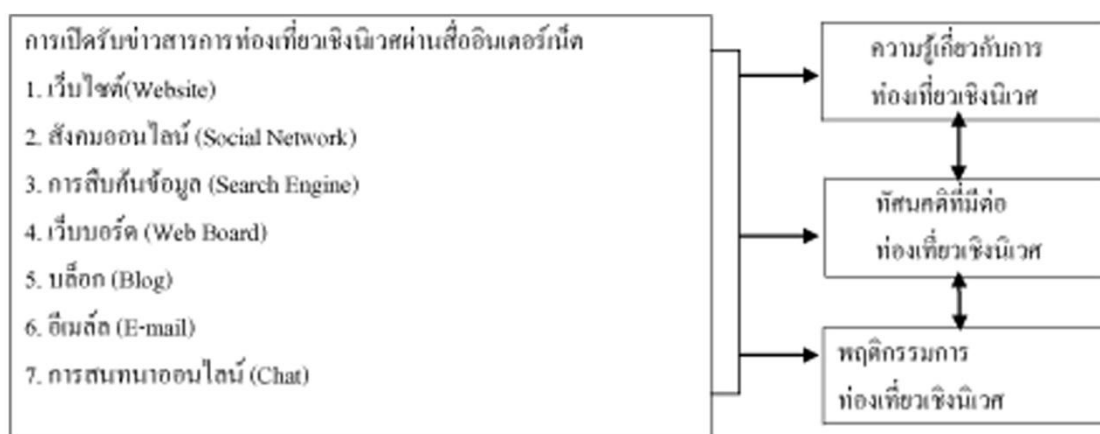
KEYWORDS : The media exposure , Internet media, Ecotourism, Knowledge of ecotourism, Attitude of ecotourism, Behavior in tourism.

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อประเทศ ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดมลพิษเกิดความเสื่อมโทรม ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวได้รับความเสียหายจากภัยพิบัติทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง จำเป็นต้องมีการจัดการวางแผนควบคุมเพื่อนำไปสู่การฟื้นฟูความเสียหายและให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่ถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือ Ecotourism จังหวัดเชียงใหม่มีการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สื่อ นับเป็นตัวแปรสำคัญที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศรู้จักกันอย่างแพร่หลายและในยุคปัจจุบันสื่อออนไลน์หรือสื่ออินเทอร์เน็ต มีบทบาทในการกระจายข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามมา จึงได้มีการศึกษาว่า จากการที่มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่าง ๆ นั้น นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากน้อยเพียงใด มีความรู้

ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตต่อนักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้องและเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารซึ่งกล่าวไว้ว่าโดยธรรมชาตินั้นบุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคือปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ซึ่งแคลปเปอร์ (Klapper, 1960, P. 19) ได้สรุปไว้ว่าส่วนใหญ่แล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความสนใจที่มีอยู่และทัศนคติของตนเอง แต่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับทัศนคติและความสนใจของตนเอง นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม (KAP Theory) โดย สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 118-125) กล่าวว่า ทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับ 3 ตัวแปรคือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคม โดยมีหลักการว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อน โดย การให้ความรู้ จากผลงานวิจัยในเรื่องการเปิดรับข่าวสารกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมนั้น มีการศึกษาวิจัยที่แตกต่างกันตามวิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลา เช่น ปวเรศ เลขวรรณ (2551) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ฐานทัศน์ ชมภูพล (2554) ศึกษาเรื่องการเปิดรับการใช้เครื่องสำอางผ่านสื่อออนไลน์ของผู้หญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร วิไลลักษณ์ ชมภูศรี (2554) ศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย รัชชามณูษ์ สุวิทย์พันธ์ (2545) ศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากผลการวิจัย พบว่าการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ สามารถนำทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นมาอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ ข่าวสารกับ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมได้อย่างมีเหตุผล เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการ เผยแพร่ข่าวสาร การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และการวางแผนพัฒนาข้อมูลการท่องเที่ยวต่อไป

3.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย

4.วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 1,430,375 คน (ภาพรวมสรุปประมาณการ สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จังหวัดเชียงราย ปี พ.ศ. 2552 จาก: ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศจังหวัดเชียงราย) ผู้วิจัยเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยอาศัยตารางกำหนดขนาดกลุ่ม ตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1970 หน้า 125) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความ เชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่างประมาณ 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจะดำเนินการโดยนำแบบสอบถามที่สร้างผ่านความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษา ไปให้คณะกรรมการจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหาและนำมาปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุง รวมทั้งนำไปหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) โดยกำหนดให้แบบสอบถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่มากกว่า .70 ขึ้นไปเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความน่าเชื่อถือเป็นที่น่าพอใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นค่าร้อยละ (Percentage), วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน (Standard deviation), วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ทศนคติ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้ สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์โดยใช้ ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (กัลยา วาณิชขัยบัญชา, 2544. หน้า 311-312) เพื่อพิสูจน์สมมติฐาน ซึ่งในการประเมินผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยดูว่า ตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามหรือไม่ (ดูค่า Sig) และสัมพันธ์ไปในทิศทางใด (โดยดูจากค่า r คือ Correlation) ถ้าค่า Sig มากกว่า 0.05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ แต่ค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์ และดูที่ค่า r คือ Correlation ประกอบว่าเป็นไปในทิศทางใด ถ้าเป็นค่าลบแสดงว่าเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม แต่ถ้าเป็นค่าบวกถ้ายิ่งมากแสดงว่าความสัมพันธ์มากขึ้นซึ่งแปลความหมายค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร r คือ Correlation จากเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2546. หน้า 90) มีดังนี้ (ใช้ได้กับทิศทางบวก และทิศทางลบ) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .00 - .20 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .21 - .40 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ .41 - .60 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .61 - .80หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .81 - .100หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

5. สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ระดับการเปิดรับ ข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ประเภทของสื่ออินเทอร์เน็ต	n=400		ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	$\bar{X}$	S.D.	
1. เว็บไซต์	4.03	0.87	มาก
2. สังคมออนไลน์	3.22	0.96	ปานกลาง
3. การสืบค้นข้อมูล	3.98	1.11	มาก
4. เว็บบอร์ด	2.93	0.99	ปานกลาง
5. บล็อก	2.33	1.10	น้อย
6. อีเมล	2.09	0.90	น้อย
7. การสนทนาออนไลน์	1.33	0.73	น้อยที่สุด
รวมเฉลี่ย	2.84	0.95	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$, S.D. = 0.95) เมื่อพิจารณาเป็นประเภทพบว่านักท่องเที่ยวไม่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยนักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์ อยู่ในอันดับ

แรก ($\bar{X} = 4.03$) อันดับที่สองได้แก่ การสืบค้นข้อมูล ($\bar{X} = 3.98$) อันดับสามได้แก่ สังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 3.22$) อันดับสี่ได้แก่เว็บบอร์ด ($\bar{X} = 2.93$) อันดับห้าได้แก่ บล็อก ($\bar{X} = 2.33$) อันดับหกได้แก่อีเมลล์ ($\bar{X} = 2.09$) และอันดับสุดท้ายได้แก่การสนทนาออนไลน์ ($\bar{X} = 1.33$)

ตารางที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6	ข้อ 7	ข้อ 8	ข้อ 9	ข้อ 10
ตอบถูก	87.00	54.00	95.00	41.00	74.00	26.00	45.00	31.00	83.00	92.00
ตอบผิด	13.00	46.00	5.00	59.00	26.00	74.00	55.00	69.00	17.00	8.00
ตอบถูกเฉลี่ย	0.87	0.54	0.95	0.59	0.74	0.74	0.55	0.69	0.83	0.92

จากตารางที่ 2 พบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด อันดับที่ 1 คือคำถามข้อที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 95.0 อันดับที่สองคือคำถามข้อที่ 10 คิดเป็นร้อยละ 92.0 อันดับสามคือคำถามข้อที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 87.0 อันดับสี่คือคำถามข้อที่ 9 คิดเป็นร้อยละ 83.0 อันดับห้าคือคำถามข้อที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 74.0 อันดับหกคือคำถามข้อที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 54.0 คำถามที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบผิด อันดับหนึ่งคือคำถามข้อที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 74.0 อันดับที่สองคือคำถามข้อที่ 8 คิดเป็นร้อยละ 69.0 อันดับสามคือคำถามข้อที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 59.0 อันดับสี่คือคำถามข้อที่ 7 คิดเป็นร้อยละ 55

เมื่อนำความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว มาจัดแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับความรู้น้อย ระดับความรู้ปานกลาง และระดับความรู้มาก ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 3 จำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความรู้น้อย	20	5.00
ระดับความรู้ปานกลาง	124	31.00
ระดับความรู้มาก	256	64.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับความรู้มาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับความรู้ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับความรู้น้อย มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 5 โดยภาพรวมแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงรายมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ใน ระดับความรู้มาก

ตารางที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6	ข้อ 7	ข้อ 8	ข้อ 9	ข้อ 10	รวมเฉลี่ย
$\bar{X}$	4.37	4.37	3.88	4.13	2.99	3.58	3.26	3.83	4.5	3.88	3.87
S.D.	0.64	0.62	0.69	0.9	1.3	0.95	1.06	1.15	0.5	0.99	0.88
ระดับ ทัศนคติ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติ เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่ 9 เป็นอันดับที่ 1 ($\bar{X} = 4.50$) อันดับที่ 2 คือข้อความที่ 1 และข้อความที่ 2 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.37$) อันดับที่ 3 คือ ข้อความที่ 4 ($\bar{X} = 4.13$) อันดับที่ 4 คือข้อความที่ 3 และข้อความที่ 10 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 3.88$) นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติเห็นด้วย กับข้อความที่ 8 เป็นอันดับที่ 5 ($\bar{X} = 3.83$) อันดับที่ 6 คือข้อความที่ 6 ($\bar{X} = 3.58$) นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติ เฉย ๆ กับข้อความที่ 7 เป็นอันดับที่ 7 ($\bar{X} = 3.26$) และ อันดับสุดท้าย คือข้อความที่ 5 ($\bar{X} = 2.99$) จากข้อความทั้ง 10 ข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ($\bar{X} = 3.87$)

ตารางที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6	ข้อ 7	ข้อ 8	ข้อ 9	ข้อ 10	รวมเฉลี่ย
$\bar{X}$	3.71	2.95	3.58	2.72	3.69	4.3	4.04	4.06	3.26	2.34	3.46
S.D.	0.95	0.87	0.76	1.07	1.06	0.6	0.74	0.98	1.06	1.1	0.55
ระดับ พฤติกรรม	มาก	ปาน กลาง	มาก	ปาน กลาง	มาก	มาก	มาก	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ปาน กลาง

จากตารางที่ 5 พบว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมากจำนวน 6 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.58 – 4.30 อยู่ในระดับปานกลางจำนวน 3 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.72 – 3.26 และอยู่ในระดับน้อยจำนวน 1 ข้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$)

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.006	0.904

จากตาราง 6 พบว่า ค่า $r = 0.006$ และค่า $\text{sig} = 0.904$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจึงไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.166	0.001

จากตาราง 7 พบว่า ค่า $r = 0.166$ และค่า $sig = 0.001$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จึงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.089	0.076

จากตาราง 8 พบว่า ค่า $r = 0.089$ และค่า $sig = 0.076$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จึงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.369	0.000

จากตาราง 9 พบว่า ค่า $r = 0.369$ และค่า $sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้น ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.166	0.001

จากตาราง 10 พบว่า ค่า $r = 0.166$ และค่า $sig = 0.001$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้น ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

6. อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก มีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับ

ข่าวสาร ดังทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารของ Schramm (1973. pp. 121-124) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับข่าวสาร คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งมีแนวคิดที่ว่า “คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลถึงระดับสติปัญญา ความคิดทัศนคติ ตลอดจน กระบวนการรับรู้ เรียนรู้ จูงใจ” นั่นคือ การสร้างรูปแบบที่ปัจเจกชนจะสร้างขึ้น เป็นลักษณะทางบุคลิกภาพส่วนตัว ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบพฤติกรรมการสื่อสาร โดยเฉพาะในแง่ของการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งแตกต่างกันไปตามกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) ที่สะสมมาแต่อดีต ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างอาจจะมีโครงสร้างจิตวิทยาส่วนบุคคล ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน เช่นการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมสังคมในต่างจังหวัดที่ใกล้ชิดกับระบบนิเวศทางธรรมชาติ ถึงแม้จะมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง แต่ระดับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การอบรมเลี้ยงดูในสภาพสังคมต่างจังหวัดที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ทำให้กระบวนการรับรู้ เรียนรู้ จูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีสะสมมานาน ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีจึงอยู่ในระดับมาก ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ซึ่งการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อาจจะมีเนื้อหาสอดคล้องกับความสนใจที่นักท่องเที่ยวมีอยู่ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม ดังที่ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, p. 19) สรุปไว้ว่า ส่วนใหญ่แล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความสนใจที่มีอยู่และทัศนคติของตนเอง แต่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับทัศนคติและความสนใจของตนเอง สอดคล้องกับไรท์ (Wright, 1972, p. 109 อ้างอิงใน พิระ จิรโสภณ 2540 น. 635) ที่ได้แสดงความเห็นว่า คนจะเลือกรับสื่อที่เขาคิดว่ามีเนื้อหาที่เขาเห็นว่าน่าสนใจมากที่สุด และจะรู้สึกพึงพอใจกับเนื้อหาที่เห็นว่าสอดคล้องกับประสบการณ์ และความคิดเห็นเดิมที่มีอยู่ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก วิธีการโน้มน้าวพฤติกรรมจากสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ยังไม่เพียงพอ หรือขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งระบุไว้ในทฤษฎี KAP เช่น 1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) 2. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) 3. การสร้างแบบอย่างขึ้นใจ (Internalized Norms) 4. การให้รางวัล (Reward) ซึ่งผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ 1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation) 2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation) ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ตามมา ดังนั้นจึงอาจเป็นไปได้ว่าข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ยังขาดข้อใดข้อหนึ่ง จึงทำให้การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาก ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็จะไปไปในทิศทางบวกด้วย สอดคล้องกับหลักการจาก ทฤษฎี KAP ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการ

ยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อน โดยทำให้ความรู้ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี KAP ที่ว่า ทัศนคติเป็นผลกระทบที่เกิดจากสารสนเทศที่ส่งออกไป เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกขัดหรือห่างต่อสารสนเทศนั้น ๆ ความใกล้ชิดหรือความห่าง หมายถึง องค์ (ความเข้มข้น) ของความวิตกกังวลหรือความผูกพัน ในประเด็นที่กระทบผู้รับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป และ พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ ระดับของทัศนคติเป็นไปในทางบวกและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง จึงอาจกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

7. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ประเภทเว็บไซต์มากที่สุด ดังนั้นในการในการเผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรมุ่งเน้นที่เว็บไซต์ให้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านการสืบค้นข้อมูลเป็นอันดับรองลงมา จึงควรมีการเผยแพร่ข้อมูลให้มากขึ้นเพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้น การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้นหน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรปรับปรุงเนื้อหาข่าวสารในสื่ออินเทอร์เน็ต ให้เป็นที่น่าสนใจเมื่อเทียบกับสื่ออื่นเพื่อให้มีการเลือกเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นการโน้มน้าวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้นนั้น ควรมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข้อมูล เช่น ภาพประกอบที่มีสีสันสวยงาม ควรมีการเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยว และในการนำเสนอควรเพิ่มความถี่ หรือมีความต่อเนื่อง เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง

8. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือจาก ดร.ภัณฑิรา เลิศเดชเดชา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้และ ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์นี้ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ คุณค่าและประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นความกตเวทิตาแด่บิดามารดา ตลอดจนคุณครู อาจารย์ผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและผู้สนใจนำไปเป็นกรณีศึกษาบ้างไม่มากก็น้อย

นางสาวพรรณราย ศรีวรชิน

9. บรรณานุกรม

- กรมป่าไม้. 2548. “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.” สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2555, จาก <http://www.forest.go.th /WEFCOM/Part2TAT.html>
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2554. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559**. กรุงเทพมหานคร.
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2544). “การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ.” กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540. **รายงานผลการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพมหานคร
- จตุพล พงษ์วิทยานุกุล. 2554. “อิทธิพลเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอน โดมิเนียม.” การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ฐานทัศน์ ชมภูพล. 2554. “การเปิดรับการสาธิตการใช้เครื่องสำอางค์ผ่านสื่อออนไลน์ กับการตัดสินใจ ซื้อเครื่องสำอางค์ของผู้หญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคล วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.
- ฐาปกรณ์ ทองคำนุช. 2552. “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำ : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ณัฐชามณีย์ สุวิทยพันธุ์. 2545. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. “การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.” เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปวเรศ เลขะวรรณ. 2551. “พฤติกรรม的开รับสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคล วารสารศาสตรมหาบัณฑิต., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- เพ็ญทิพย์ จิรพินธุสรณ์. 2539. “พฤติกรรม的开แสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.” วิทยานิพนธ์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พุทธิพงษ์ จิรปฎิมา. 2543. **อีเมล : คอมพิวเตอร์เบื้องต้นสู่อัจฉริยะ**. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์.
- ภราเดช พยัณวิเชียร. 2539. “พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน.” **ททท.จุลสารการท่องเที่ยว**. 15(2), 5
- รัตนาวัลี เกียรตินิยมศักดิ์. 2539. “มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com.” วิทยานิพนธ์, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. 2543 **“คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ.”** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช

- วิไลลักษณ์ ชมภูศรี. 2544. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิวัฒน์ ตระกูลแก้ว. 2547. “ การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารทางท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศุภลักษณ์ หนูนภักดี เหล่าทองดี. 2546. “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสื่อโฆษณาออนไลน์.” วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (ไม่ปรากฏวันที่ เดือน ปี ที่เผยแพร่). สรุปสถิติเครือข่ายอินเทอร์เน็ตประจำเดือนสิงหาคม 2010. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2555, จาก <http://internet.nectec.or.th/webstats /internetuser.iir?Sec=internetuser>
- ศรีหญิง ศรีรักษา. 2544. “การเปิดรับและแสวงหาข่าวสารทางท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา.” วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพงษ์ โสธนเสถียร. 2533. **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาภาพร เปี่ยมใจชื่น. 2550. “ความคิดเห็นในการป้องกันตนเองจากการสนทนาออนไลน์ของวัยรุ่น.” วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Dserver. 2544. “**Webboard คืออะไร**”. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2555, จาก <http://board.dserver.org/>
- Klapper, Joseph T. 1960. **Reinforcement, Minor Change, and Related Phenomena**, “The Effect of the Mass Communication.” Glencoe, Illinois: The Free Press.
- Walther, B. Joseph. 1992. “Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction : A Relational Perspective.” Communication Research.
- Yamane, Taro. 1970. “**Statistics : An Introductory Analysis**.” 2d ed. ToKyo : John Weatherhill, Inc.

แนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูในโรงเรียน

สังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย

GUIDELINE FOR IMPROVING ENGLISH SKILLS OF SCHOOL TEACHERS UNDER THE SISTER SERVANT OF THE IMMACULATE HEART OF MARY (SIHM)

จิโรจน์ เลิศทองศักดิ์

โรงเรียนนิรมลชุมพร อ.เมือง จ.ชุมพร

E-mail : Jo_sephtai@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย 2) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูในโรงเรียนสังกัดคณะฯ และ 3) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรครูในโรงเรียนสังกัดคณะฯ โดยเก็บข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ครูในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย 5 โรงเรียน จำนวน 128 คน และการอภิปรายกับกลุ่มผู้แทนครูของทั้ง 5 โรงเรียน ทั้งนี้ ข้อมูลเชิงคุณภาพได้รับการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และข้อมูลเชิงปริมาณได้รับการวิเคราะห์ทางสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัญหาและอุปสรรคที่ครูให้ความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ โอกาสในการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน / ความรู้ความสามารถส่วนบุคคลทางภาษาอังกฤษ และความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อต่างๆ / ความชอบและแรงจูงใจต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษ / เวลา / ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ 2. เครื่องมือและวิธีการที่มีประสิทธิภาพและบังเกิดผลสำหรับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การชมภาพยนตร์ วีดีโอ หรือ สื่อต่าง ๆ / การฟังเพลงวิทยุ / การท่องเที่ยว / การอ่านหนังสือต่าง ๆ / การร้องเพลง / การใช้อินเทอร์เน็ต 3. แนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูเรียงลำดับสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ การให้เวลาเรียนภาษาอังกฤษเป็นพิเศษบ่อย ๆ การพยายามหาโอกาสได้พูดหรือติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติบ่อย ๆ การท่องเที่ยว การดูงานหรือการไปทัศนศึกษาต่างประเทศ และการมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ ผลจากการวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์โดยตรงต่อการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะของครูผู้สอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย และสำหรับผู้ที่กำลังเสาะหาแนวทางพัฒนาภาษาอังกฤษของครูท่ามกลางกระแสความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีออนไลน์

คำสำคัญ : ครู, ภาษาอังกฤษ, สภาพปัญหา, การพัฒนาทักษะ

ABSTRACT

The purposes of this thesis were: 1) to determine the current situation and problems of English skill improvement of teachers teaching in schools under the Sister Servant of the Immaculate Heart of Mary, 2) to examine factors related to the problems and needs for English skill improvement of teachers teaching in schools, 3) to introduce a guideline of English skill improvement for the teachers. The data were collected by using questionnaire to interview the 128 teachers from five schools under the Sister Servant of the Immaculate Heart of Mary, and focus group discussion with the representative teachers of those 5 schools. The qualitative data were analyzed with content analysis and the quantitative data were analyzed using such descriptive statistics as percentage, mean, and standard deviation. The research results revealed that: 1. The problems currently faced by the teachers respectively were occasion for using English language in daily life, personal ability in English and in using internet and other equipment for communication, personal motivation for improving English skills, time, work and responsibility. 2. The tools for improvement of English language skills of teachers respectively were watching movies and videos, listening to song in radio, vocabulary, reading, sing, and using internet 3. The proposed guideline for improving English skills for the teachers respectively were time for study English frequently, finding occasion to communicate with foreigner, traveling and study tour in foreign countries and good attitude for English. The research findings are directly useful for planning to improve English skills for the teachers of the Sister Servant of the Immaculate Heart of Mary, as well as those seeking guideline for English skill improvement of teachers amidst the current advanced online technology.

KEYWORD: Teacher, English Language, Problem Situation, Skill Development

บทนำ

ภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญยิ่งในการติดต่อสื่อสารระหว่างชาติต่าง ๆ ซึ่งมักจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสาร หรือ ใช้เป็นเครื่องมือประกอบอาชีพในธุรกิจอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ทำให้ภาษาอังกฤษยิ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นจนกลายเป็นภาษาสากลของนานาชาติ (English as an international language) ในการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศ เป็นภาษาพื้นฐานสำคัญในด้านการศึกษา อันนำไปสู่ความก้าวหน้าทางวิชาการในระดับสูงขึ้นไป (ทำไมต้องรู้ภาษาอังกฤษ, 2553)

แม้คนไทยจำนวนมากไม่สนใจใฝ่รู้ภาษาอังกฤษก็ตาม แต่ก็ยังได้รับอิทธิพลจากภาษาอังกฤษในหลาย ๆ ด้าน เช่น ป้ายโฆษณา ชื่อสถานที่ สินค้า ร้านค้า สิ่งของเครื่องใช้ ยารักษาโรค หนังสือพิมพ์ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยเฉพาะในอินเทอร์เน็ต และแหล่งข้อมูลดิจิทัลต่าง ๆ ภาษาอังกฤษจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และเป็นเครื่องมือในการติดต่อระหว่างชนชาติต่าง ๆ (บัญชา อึ้งสกุล, 2541: 63)

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

จากงานวิจัยของ สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2543: 102) พบว่า การเรียนการสอนภาษาอังกฤษยังไม่ได้ผลดีอย่างที่ควรเป็น อันเนื่องมาจากความรู้และความสามารถของครู กล่าวคือ ครูมีวิธีการสอนที่ไม่มีประสิทธิภาพ ขาดจิตวิทยาและเทคนิคในการสอน ขาดความสามารถในการนำสื่อและเทคโนโลยีมาใช้ ครูบางท่านไม่ได้จบสาขาภาษาอังกฤษ ขาดทักษะในการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษ แต่ต้องมาสอนภาษาอังกฤษ ครูบางท่านสอนหลายวิชา และมีภาระหน้าที่อื่นทำให้ไม่ได้เตรียมการสอน เป็นต้น นอกจากนี้ นงนุช สิงหเดชะ (2552) ยังกล่าวถึงปัญหาการสอนภาษาอังกฤษว่า ความล้มเหลวของการเรียนการสอนภาษาอังกฤษนั้น มีสาเหตุมาจากประสิทธิภาพของครู ที่นอกจากมีปัญหาการพูดเป็นประโยชน์แล้ว ยังมีปัญหาเรื่องการออกเสียงผิดอีกด้วย

ในเรื่องประเด็นปัญหาการศึกษาภาษาอังกฤษของเด็กไทย ปองภพ วิทิพย์รอด (2552: 7) กล่าวว่า ทุกครั้งที่ประกาศผลคะแนนแบบทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (ONET) และผลการสอบวัดความถนัดทั่วไป หรือ สำหรับผลสอบ GAT-PAT ภาษาอังกฤษ เด็กได้คะแนน 0 (ศูนย์) มีมากถึงกว่า 8,000 คน และตลอด 3 ปีที่ผ่านมา พบว่า เด็กไทยส่วนใหญ่อ่อนภาษาอังกฤษในทุกทักษะทั้งที่ได้ใช้เวลาเรียนยาวนานถึง 12 ปีแล้ว แม้แต่ในกลุ่มที่ทำข้อสอบได้คะแนนสูงส่วนใหญ่ก็พูดภาษาอังกฤษไม่ได้ นอกจากนี้ ความสามารถในการเขียนภาษาอังกฤษของนักเรียน ส่วนใหญ่ไม่ผ่านเกณฑ์ แม้ว่าจะมีการเน้นการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญก็ตาม ครูก็ยังมีความสำคัญและมีปัญหามากมาย (Philipson, 1992: 24 อ้างถึงใน มัชฌานา มีมาก, 2546)

จากสภาพปัญหาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่ไม่มีประสิทธิภาพ นำไปสู่แนวคิดในการพัฒนาที่จะให้ครูมีทักษะการสอนภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาสภาพปัญหาที่แท้จริง เพื่อให้การพัฒนาครูเป็นไปอย่างถูกต้องและมีคุณภาพ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงตั้งใจศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย และเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและสร้างหลักสูตรอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรครูให้มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้เรียน อันจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารโรงเรียนอื่นๆ ด้วย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กล่าวถึงแนวทางและความจำเป็นของภาษาอังกฤษไว้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศในสังคมโลกปัจจุบันว่า การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ และศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจเรื่องราวและวัฒนธรรมอันหลากหลายและสามารถถ่ายทอดความคิดและวัฒนธรรมไทยไปยังสังคมโลกได้อย่างสร้างสรรค์ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551: 220)

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2550) สะท้อนว่า ปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษของเด็กไทย คือ ความจำกัดด้านคุณภาพและปริมาณครูที่มีความสามารถด้านภาษาอังกฤษ ครูขาดความแม่นยำในการออกเสียงและการใช้ไวยากรณ์ ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านต่างให้ความสำคัญเรื่องครูกับการพัฒนาตนเองด้านภาษาอังกฤษ ทั้งด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ในระดับที่สามารถสื่อสารและสอนผู้เรียน การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ สำหรับกลุ่มครูสอนภาษาอังกฤษ รวมไปถึงกลุ่มครูที่สอนในวิชาอื่นด้วย

พรสวรรค์ ขาวแร่ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะการฟัง – พูดภาษาอังกฤษ พบว่า วิธีการสอนแบบตอบสนทนด้วยท่าทางและเน้นพัฒนาทักษะการฟัง-พูด เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาทักษะการอ่านและเขียน ช่วยให้นักเรียนเกิดความมั่นใจในการพูดออกเสียงคำศัพท์ รูปประโยคและไม้อายที่จะแสดงออก สนุกและมีแรงจูงใจและเจตคติที่ดี

สมถวิล โสภภาพล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์วิชาภาษาอังกฤษ พบว่า นักเรียนที่เรียนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและมีความพึงพอใจต่อการเรียนอยู่ในระดับมาก

เฮอร์มานเคซ (Hernandez, 2005: 90-A) ได้ศึกษาผลกระทบของวิดีโอและคู่มือ การเรียนรู้ด้วยสื่อมัลติมีเดีย พบว่าการเรียนด้วยวิธีการที่ใช้ทั้งการฟัง ดูวิดีโอและการอ่านคู่มือหัวข้อเรื่อง สามารถช่วยให้ผู้เรียนรู้คำศัพท์ และการฟังเพื่อความเข้าใจเพิ่มขึ้นอย่างมาก และผู้เรียนมีความพึงพอใจอีกด้วย

พาร์ค (Park, 2004: 1287-A) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของคำอธิบายภาพในการฟังเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชาวเกาหลี โดยใช้การตัดต่อบทพูดเสมือนจริงในวิดีโอเป็นสื่อ ทำให้ทราบว่า การใช้วิธีคำอธิบายบางส่วนมีประสิทธิภาพเท่ากับแบบการมีคำอธิบายภาพทั้งหมด เฉพาะในกลุ่มนักเรียนที่เรียน ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศจะทำแบบทดสอบได้ก้าวหน้ามากกว่ากลุ่มอื่น

จากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ พบว่า การใช้ทักษะการสอนภาษาอังกฤษทำให้ผู้เรียนได้ฝึกจริง การแสดงบทบาทสมมติ การใช้คอมพิวเตอร์ และสื่อต่าง ๆ ประกอบการสอน ทักษะต่างๆ ทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษสูงกว่าการสอนตามปกติ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาทักษะของครูให้มีคุณภาพมากขึ้น

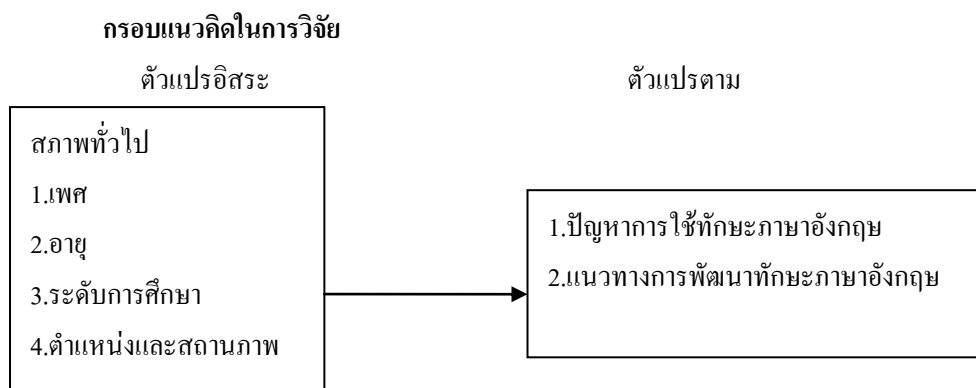
วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย
3. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสำหรับครูในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย

ขอบเขตการวิจัย การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจซึ่งมีขอบเขต ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนภาษาอังกฤษและผู้ทำงานในฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย 5 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนนารีวิทยา โรงเรียนนิรมลชุมพร โรงเรียนธิดาแม่พระ โรงเรียนครุณศึกษา และโรงเรียนคาราสมุทร จำนวน 128 คน (สัดส่วนโดยประมาณ 25 คน ต่อ 1 โรงเรียน) โดยกลุ่มประชากรนี้ได้เห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของตนเอง เมื่อได้รับการชี้แจงถึงประโยชน์ของการศึกษาวิจัยนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้มุ่งศึกษาในเรื่อง ปัญหาในการพัฒนาตนเองของครูสอนภาษาอังกฤษ ความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครู เทคนิคและวิธีการเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครู



กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ ต้องการศึกษว่า ปัจจัยตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และสถานภาพ มีผลต่อตัวแปรตาม ปัญหาการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ และแนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ อย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางแก้ปัญหาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของครูให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ได้แนวทางปรับปรุงหลักสูตรการจัดการเรียนการสอน และแนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูที่มีประสิทธิภาพ
3. ได้ข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาครูสอนภาษาอังกฤษที่ไม่ใช่เจ้าของภาษาในประเทศไทย โดยการศึกษาจากครูในโรงเรียนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงโรงเรียนศาสนาต่างๆ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การเตรียมโครงการวิจัย โดยศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรค นิยามความหมายต่าง ๆ ศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และจัดสร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพปัญหา ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง แนวทาง และข้อเสนอแนะในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครู โดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ครูผู้สอนภาษาอังกฤษและผู้ที่ทำงานในฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษรวม 128 คน จาก 5 โรงเรียนในสังกัดคณะกนิผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรีย
3. การอภิปรายกลุ่มกับผู้แทนครูของ 5 โรงเรียน เพื่อหาข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
4. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือทางสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อคำนวณหาความถี่ วิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป ข้อค้นพบ และแนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูในโรงเรียนที่จะนำไปใช้
5. การสรุปผลและรายงานผลการวิจัย โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาจัดทำรายงานการวิจัยนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบแก้ไข แล้วจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยเพื่อขออนุมัติ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ มีดังต่อไปนี้

1. สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 84.37 ส่วนเพศชายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.63 โดยมีระดับอายุเฉลี่ย 40 – 50 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 ระดับอายุตั้งแต่ 30 ปี ลงไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.21 และระดับอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 9.37 ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 88.23 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.05 และต่ำสุด คือ ปริญญาโท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีตำแหน่งเป็นอาจารย์ประจำ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 69.53 รองลงมา ได้แก่ อาจารย์พิเศษ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 21.86 และต่ำสุด ได้แก่ อื่น ๆ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.14

2. การประมวลผลข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ มีผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลจากครูเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ

ปัญหาและอุปสรรค	ความถี่ (N=128)	ร้อยละ
1. ความรู้ความสามารถส่วนบุคคลทางภาษาอังกฤษ	50	39.06
2. ความชอบและแรงจูงใจต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษ	44	34.38
3. โอกาสใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	61	47.66
4. ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ	16	12.50
5. ด้านเวลา	37	28.91
6. ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อต่างๆ	50	39.06

ตารางที่ 2.2 ข้อมูลจากครูเกี่ยวกับเครื่องมือและวิธีการเพื่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ

ใช้เครื่องมือและวิธีการเหล่านี้เพื่อพัฒนา	ความถี่ (N=128)	ร้อยละ
1. การชมภาพยนตร์ วีดีโอ หรือสื่อต่างๆ	98	76.6
2. การอ่านหนังสือต่าง ๆ	48	37.5
3. การฟังเพลง วิทยู	70	54.7
4. การท่องเที่ยว	51	39.8
5. การร้องเพลง	26	20.3
6. การใช้อินเทอร์เน็ต	15	11.7

ตารางที่ 2.3 ข้อมูลจากครูเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ

ข้อเสนอแนะต่างๆ	ความถี่ (N=128)	ร้อยละ
1. การมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ	31	24.2
2. การใช้เวลาเรียนภาษาอังกฤษเป็นพิเศษบ่อย ๆ	81	63.3
3. การท่องเที่ยว การดูงานหรือการไปทัศนศึกษา ต่างประเทศ	47	36.7
4. การพยายามหาโอกาสได้พูดหรือติดต่อสื่อสารกับ ชาวต่างชาติบ่อยๆ	51	39.8

การอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สภาพปัญหาและอุปสรรค เครื่องมือและวิธีการ รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครู โรงเรียนในสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรียฯ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ในเรื่องสภาพปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่ครูให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. โอกาสในการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 2. ความรู้ความสามารถส่วนบุคคลทางภาษาอังกฤษ และความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อต่างๆ 3. ความชอบและแรงจูงใจต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษ 4. เวลา 5. ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ

ในการอภิปรายผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่า สภาพปัญหาของครูที่เป็นเช่นนี้ เพราะปัจจัยภายในตัวครูที่มีความรู้ความสามารถส่วนบุคคลทางภาษาอังกฤษ และความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อต่างๆ และความชอบภาษาอังกฤษอยู่ในระดับปานกลาง จึงทำให้ครูมีแรงจูงใจศึกษาเพิ่มเติม ค่อนข้างน้อย และโดยสภาพปัญหานี้มีผลต่อคุณภาพการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในโรงเรียน ดังนั้น จำเป็นต้องมีการสร้างแรงจูงใจจากทั้งปัจจัยภายในตัวครู และปัจจัยภายนอกที่สำคัญ คือ โอกาสในการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน

2. ในเรื่องเครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ จากผลการวิจัยที่พบว่า เครื่องมือและวิธีการที่มีประสิทธิภาพและบังเกิดผลสำหรับครูเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. การชมภาพยนตร์ วิดีโอ หรือ สื่อต่างๆ 2. การฟังเพลง วิทยู 3. การท่องเที่ยว 4. การอ่านหนังสือต่างๆ 5. การร้องเพลง 6. การใช้อินเทอร์เน็ต

ในการอภิปรายผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่า ในการใช้เครื่องมือและวิธีการเพื่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ของครู ควรใช้วิธีการชมภาพยนตร์ วิดีโอ วิธีการอ่านหนังสือ และวิธีการฟังเพลง วิทยู สำหรับการฝึกทักษะการฟังและการอ่าน และควรใช้วิธีการร้องเพลง สำหรับการฝึกทักษะการพูด การออกเสียง และควรใช้วิธีการท่องเที่ยว การเขียนและการอ่านทางอินเทอร์เน็ต สำหรับการฝึกทักษะการเขียน

3. ในเรื่องข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ จากผลการวิจัยที่พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1. การใช้เวลาเรียนภาษาอังกฤษเป็นพิเศษบ่อย ๆ 2. การพยายามหา

โอกาสได้พูดหรือติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติบ่อย ๆ 3.การท่องเที่ยว การดูงานหรือการไปทัศนศึกษาต่างประเทศ 4.การมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ

ในการอภิปรายผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่า ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้จากการวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกตัวครู

ข้อเสนอแนะ

ผู้บริหารโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรียฯ สามารถนำผลการวิจัยในเรื่องสภาพปัญหา ความต้องการของครู และแนวทางพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูนี้ ไปใช้ประกอบการจัดทำหลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครู โดยกำหนดเนื้อหาหลักสูตรให้สอดคล้องกับทักษะด้านที่ครูต้องการพัฒนาตนเองมากที่สุด อันได้แก่ หลักสูตรพัฒนาทักษะการฟังและการพูด ทักษะการอ่านและการเขียนตามลำดับ โดยใช้วิธีการสอนที่บังเกิดผล และให้ครูมีโอกาสนำทักษะความรู้จากการฝึกอบรมไปใช้ได้จริง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การสอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรียฯ ทั้งก่อนและหลังจากการพัฒนาทักษะของครู

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เรียบเรียงจากวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เรื่อง แนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของครูในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรียฯ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทัศน์ นาคจัน อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.สรिता บัวเขียว และ ดร.โสมขง โต๊ะทอง คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณท่านผู้อำนวยการในโรงเรียนสังกัดคณะภคินีผู้รับใช้ดวงหทัยนิรมลพระแม่มาเรียฯ ทั้ง 5 โรงเรียนที่ได้เอื้ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการวิจัย คณะครูทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและขอขอบคุณอาจารย์ธนดิสร ละอองวรรณ ที่ได้ช่วยตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยและช่วยดำเนินการรวบรวมเอกสารแบบสอบถาม และขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องทำให้การดำเนินการวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. 2551. **หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2550. **หลังกำแพงฮาร์วาร์ด: เรียนรู้ความเป็นเลิศทางปัญญา**. กรุงเทพฯ: ชักเชส มีเดีย.
- ทำไมต้องรู้ภาษาอังกฤษ**. 2553. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2553, จาก <http://www.britishcouncil.org/learning-research-englishnext.ht>
- นงนุช สิงหเดชะ. 2552. **ปัญหาการสอนภาษาอังกฤษ**. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2553, จาก <http://mathforum.org/midpow/POW/girl.teacher>.
- บัญชา อึ้งสกุล. 2541. “การเสริมสร้างการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในโรงเรียน.” **วารสารวิชาการ**. 1, 2: 63-71.

- ปองภพ วิทิพย์รอด. 30 สิงหาคม 2552. “เด็กไทยอ่อนภาษาอังกฤษ ปัญหาอยู่ตรงไหน?” มติชน. : 7.
- พรสวรรค์ ขาวแร่. 2552. การพัฒนาทักษะการฟัง-พูดภาษาอังกฤษโดยวิธีการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านพอกหนองแซ่ จ.ศรีสะเกษ. ศรีสะเกษ: ร.ร.บ้านพอกหนองแซ่. มันทนา มีมาก. 2545. “การวิเคราะห์ความต้องการของปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษของตำรวจท่องเที่ยว.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สมถวิล โสภภาพ. 2552. การพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ วิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบัวขาว จังหวัด กาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์: โรงเรียนบัวขาว.
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. 2543. ข้อเสนอเชิงนโยบายการปฏิรูปวิชาชีพครู ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานปฏิรูปวิชาชีพครู สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- Hernandez, A. C. 2005. “The Writing of Fifth – Grade English – Language Learners and English Monolingual Students: Teacher’s Beliefs, Opportunities for Writing and Student’s Proficiencies.” **Dissertation Abstracts International**. 61,1: 90-A.
- Park, M. 2004. “The Effects of Partial Captions on Korean EFL Learners’ Listening Comprehension.” **Dissertations Abstract International**. 65, 4: 1287-A.

**การพัฒนาทักษะด้านการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6
โรงเรียนนิรมลชุมพรที่เรียนรู้จากสื่อวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ ยูทูบ
USING YOUTUBE VIDEO CLIPS TO IMPROVE LISTENING SKILLS
OF TENTH-TWELFTH GRADERS AT NIRAMONCHUMPHON,
CHUMPHON, THAILAND**

นางยมลรัตน์ เลาบุตร

โรงเรียนนิรมลชุมพร อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

E-mail : kruta_ni@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะของวิดีโอคลิปภาษาอังกฤษจากเว็บไซต์ยูทูบที่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาทักษะการฟังของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียนนิรมลชุมพร 2) ศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ที่ดูวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบและที่ไม่ได้ดูวิดีโอคลิปและ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบที่ใช้ในการพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียน นิรมลชุมพรจำนวน 60 คน เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย วิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบ จำนวน 30 คลิป แบบทดสอบการฟังก่อนและหลังการทดลอง และ แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อวิดีโอคลิป วิเคราะห์หาข้อมูลโดยการหา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และ การทดสอบเอฟ ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบ มีลักษณะทางภาษาเป็นเนื้อหาที่แท้จริงมีความยาวเฉลี่ย 4.25 นาที มีสื่อมัลติมีเดียประกอบ มีเนื้อเรื่องแบบง่ายไม่ซับซ้อนและสนุกสนาน 2) นักเรียนซึ่งดูวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบเพื่อพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษมีพัฒนาการทักษะการฟังที่สูงกว่า นักเรียนซึ่งไม่ได้ดูวิดีโอคลิป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับความเชื่อมั่น 0.05 3) ความพึงพอใจของนักเรียนต่อวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ ยูทูบที่ใช้ในการพัฒนาการฟังอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านคุณสมบัติทั่วไปมากกว่าด้านภาษา เรียงจากค่า เฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านเสียงและสำเนียง เวลา รูปแบบรายการ เนื้อเรื่อง คำศัพท์และ ความเร็วในการพูด

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบเป็นสื่อที่สามารถนำไปใช้พัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษให้กับนักเรียนไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเลือกเนื้อหาและรูปแบบรายการให้เหมาะสมตามความสนใจของผู้เรียน

คำสำคัญ : การพัฒนา การฟัง ความพึงพอใจ วิดีโอคลิป เว็บไซต์

ABSTRACT

The purposes of this research were to: 1) examine the characteristics of Short VDO Clips from YouTube.com for use in improving listening skill of Thai Students in Grade 10-12 at Niramonchumphon School, 2) determine the achievement of listening skill of the students who watched short video clips from YouTube.com, 3) examine the students' opinions and satisfaction of the students with using the clips for improving their English listening skills. The sample consisted of 60 tenth through twelfth graders who were studying at Niramonchumphon School during the academic year 2010. The subjects were randomly drawn, with purposive random sampling technique, to form two groups-the control and the experimental groups, with 30 students in each group. The instrument for data collection included 30 clips, English listening ability test, English listening comprehension test and a satisfaction questionnaire. The study were conducted for 2 months in the academic year 2010 covering 30 clips. The data were analyzed with descriptive statistics for , mean, standard deviation, and t-test

The research result revealed that:

1. Short Video clips from YouTube Website with average time-length of 4.25 minutes featuring authentic languages and included multi-media application as well as entertaining content were desirable for improving listening skill.

2. After the experiment, the sampled group's listening skill after the experiment was significantly higher than that of the controlled group at the level of 0.05.

3. As a whole the students were satisfied with the clips used for promoting their listening skills at a high level. The means of general aspects are higher than the means of language aspects ; ranging from voice and intonation, time length, style, speaker's accent, contents, vocabulary and rate of speech delivery relatively.

The study showed that Short VDO Clips from YouTube.com were desirable and interesting enough to be used as a media supplementary for promoting English listening skill for any students in Grade 10-12 at Niramonchumphon School, if the contents and style were suitable to their interests.

KEY WORDS: Development, Listening, Satisfaction, Clips, Website

บทนำ

การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ เป็นสิ่งจำเป็น เพื่อประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม การประกอบอาชีพ ตลอดจนช่วยให้ผู้เรียนมีความคิดกว้างไกล สามารถสื่อสารกับชาวต่างประเทศได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและมั่นใจ มีความเข้าใจความแตกต่างด้านการเมืองและวัฒนธรรม สามารถนำประเทศไปสู่การแข่งขันทางเศรษฐกิจ ในฐานะที่เป็นพลเมืองโลกในยุคโลกาภิวัตน์ได้ การเรียนการสอนภาษาต่างประเทศในปัจจุบันจึงมีเป้าหมาย เพื่อสร้างให้นักเรียนเป็นผู้ที่สามารถใช้ภาษาติดต่อสื่อสารในสถานการณ์จริงได้ ทักษะแรกที่ต้องพัฒนาคือการฟังซึ่ง เป็นทักษะที่มีความสำคัญ และมีความซับซ้อน ผู้ฟังที่

มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องเรียนรู้ ฝึกฝนตลอดเวลาจากสื่อต่างๆเช่น วิดีทัศน์ ภาพยนตร์ ปัจจุบันมี ยูทูบ (YouTube) ซึ่งเป็นเว็บไซต์รวมคลิปวิดีโอออนไลน์ให้บริการฟรี เพื่อเผยแพร่สื่อวิดีโอคลิป และรับชมวิดีโอคลิป ดังนั้น การรับชมวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบจึงครอบคลุมคุณลักษณะทั้งหมดของวีดิทัศน์ และภาพยนตร์ ไม่มีค่าใช้จ่าย มีเนื้อหารายการแทบทุกประเภท และใช้ภาษาหลัก เป็นภาษาอังกฤษ ดังนั้นการรับชมวิดีโอคลิป จากเว็บไซต์ยูทูบจึงนับว่าเป็นช่องทางการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในแทบทุกเนื้อหา ด้วยสื่อวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ที่เป็นสื่อจริง เนื้อหาใหม่ ทันสมัย นักเรียนเข้าถึงได้ง่าย และสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง สื่อประเภทนี้จึงเหมาะสมกับรูปแบบชีวิตของวัยรุ่นปัจจุบันที่มีความทันสมัย ชอบความท้าทาย และมีความเป็นตัวของตัวเอง

โรงเรียนนิรมลชุมพร มีจุดเน้นในการพัฒนาความสามารถของนักเรียนในการใช้วิชาภาษาอังกฤษ แต่จากการนิเทศการสอนพบว่า ครูไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้สอนไม่สามารถสนทนาเพื่อพัฒนาทักษะการฟังภาษาของผู้เรียนได้ ครูมีปัญหาในการใช้สื่อ โรงเรียนไม่มีห้องปฏิบัติการทางภาษาสำหรับนักเรียนมัธยมปลาย จากปัญหาดังกล่าว การพัฒนาทักษะการฟังให้นักเรียนจึงต้องเริ่มด้วยสื่อที่ผู้เรียนเข้าถึงได้ด้วยตนเอง ดังนั้น สื่อวิดีโอคลิปที่ใช้ภาษาอังกฤษนำเสนอ และเผยแพร่ทางเว็บไซต์ยูทูบ ประกอบกับโอกาสในการเข้าถึงสื่อชนิดนี้ของผู้เรียน น่าจะเป็นช่องทางส่งเสริมการพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้ทำวิจัยในหัวข้อนี้

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

แนวการสอนแบบวิธีธรรมชาติ ของ คราเชนและเทอเรล (Krashen and Terrell, 1983) ใช้แนวทางของ ทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาที่สอง โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ที่ยึดหลักความสนใจของผู้เรียน ใช้การเรียนรู้ภาษาแบบ การรับรู้ภาษาซึ่งจัดให้ผู้เรียนอยู่ในสภาพที่สอดคล้องกับข้อมูลกระบวนการเรียนรู้ทางภาษาโดยที่ผู้เรียนนั้นไม่รู้ตัวว่าตนกำลังเรียนภาษาอยู่ ผู้เรียนไม่ต้องกังวลว่าตนเองจะต้องเรียนรู้เกี่ยวกับโครงสร้างของภาษาและ กฎเกณฑ์ต่างๆแต่สิ่งที่สำคัญที่สุดในการเรียนภาษาก็คือการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารและคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้เรียน (สุกสิริ โสมานฤ, 2544) ดังนั้น ตามแนวคิดนี้ การพัฒนาการทักษะฟังจึงควรให้ผู้เรียนได้ฟัง สิ่งที่ฟังพอใจในสภาพที่ไม่มีแรงกดดัน

จากการศึกษาข้อมูลกระบวนการฝึกทักษะการฟังที่ผู้เรียนต้องการ พบว่า ผู้เรียนมีความต้องการฟัง ภาษาอังกฤษบ่อยครั้งเท่าที่จะทำได้ แต่ต้องเป็นระยะเวลาสั้นๆ (Kenneth Beare, 2010) งานวิจัยหลายชิ้น แสดงถึงความสำเร็จในการใช้วีดิทัศน์เพื่อพัฒนาการฟัง อาทิเช่น เคียโต (Kiato อ้างถึงใน จารุณี มณีกุล, 2545) กล่าวว่า การใช้วีดิทัศน์ในการฟัง ทำให้ผู้เรียนมีความสนใจและมีโอกาสฝึกการฟังเนื้อหาที่สมจริงในชีวิตประจำวัน เพราะเนื้อหาน่าสนใจไม่ยาวหรือยากเกินไป โดยเนื้อหาแบ่งเป็นตอนๆ ตอนละ 5-10 นาที คัดเชน (Katchen อ้างถึงใน จารุณี มณีกุล, 2545) และ เวเยอร์ (Weyer อ้างถึงใน อาคม สายแวว, 2552) เห็นพ้องกันว่า วีดิทัศน์ของเจ้าของภาษามีประโยชน์ต่อการฟังและช่วยพัฒนาทักษะของการฟัง จึงมีความเป็นไปได้ว่า หากผู้เรียนมีโอกาสที่เข้าถึงสื่อที่น่าสนใจเสียงของเจ้าของภาษา อย่างบ่อยครั้งและสม่ำเสมอ โดยผู้เรียนสามารถเลือกเนื้อหาได้ตามความสนใจ ผู้เรียนจะมีพัฒนาการการฟังที่ดีขึ้น ประกอบกับ ข้อมูลจากงานวิจัยแนวโน้มในการเปิดรับสื่อ อินเทอร์เน็ต ของ มนต์ชัย ศรีเพชรนัย (2547) ซึ่งให้เห็นถึงลักษณะของการใช้สื่อประเภทอินเทอร์เน็ต ในแง่ของ

การแสวงหาความบันเทิง และมีแนวโน้มของการชมวิดีโอคลิปเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นความเป็นไปได้ของการใช้สื่อประเภทเว็บไซต์เพื่อประโยชน์ทางการพัฒนาการฟังมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาลักษณะของวิดีโอคลิปภาษาอังกฤษจากเว็บไซต์ยูทูปที่ได้รับความนิยมฟังพอใจ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพัฒนาการทักษะการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ที่ดูวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูปและที่ไม่ได้ดูวิดีโอคลิป
3. ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อการพัฒนาทักษะการฟังด้วยภาษาอังกฤษจากวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูป

ประโยชน์ของการวิจัย

เพื่อให้ครูสอนวิชาภาษาอังกฤษได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการฟังสำหรับนักเรียน สำหรับผู้ที่สนใจการพัฒนาทักษะด้านการฟัง สามารถนำไปปรับใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเป็นแนวทางให้ผู้ที่มีความสนใจในการสร้างสื่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสามารถสร้างสื่อที่จะพัฒนาทักษะการฟังได้อย่างเหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัย คือนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียนนิรมลชุมพร ปีการศึกษา 2552 จำนวน 120 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุมจำนวน 2 กลุ่ม จากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกเฉพาะนักเรียนที่มีระดับผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษพื้นฐานเกรด 2.5 ขึ้นไปและสอบวัดทักษะการฟังเพื่อระดับความสามารถการฟังได้ในช่วงคะแนนเดียวกัน จำนวน 30 คน ทั้ง 2 กลุ่ม

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ วิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูป ตัวแปรตาม คือ ลักษณะวิดีโอคลิปที่เหมาะสมกับการพัฒนาการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ผลสัมฤทธิ์ด้านการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียน มัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง และ ความพึงพอใจของนักเรียนกลุ่มทดลองต่อวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูปที่ใช้เพื่อพัฒนาการฟัง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย วิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูป 30 คลิป (ประเภทบันเทิงมีความยาวไม่เกิน 10 นาที) แบบทดสอบการฟังก่อนการทดลอง และแบบทดสอบหลังการทดลองและ แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม ทำแบบทดสอบวัดก่อนเรียนก่อนพัฒนาการฟัง ครั้งละ 10-15 นาที ระยะเวลา 2 เดือน แล้วจึงทำแบบทดสอบหลังเรียน จากนั้นรวบรวมแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อหาคลิปที่ได้รับความนิยมฟังสูงสุด 10 คลิป นำมาวิเคราะห์ลักษณะของคลิปในด้านต่างๆ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบที (t-test)

ผลการวิจัย

1. วิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบที่ได้รับความพึงพอใจในการพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะของวิดีโอคลิปที่ได้รับความพึงพอใจในการพัฒนาทักษะการฟัง

องค์ประกอบ	ลักษณะ
เนื้อหา	นำเสนอความบันเทิง หลากรูปแบบเหมาะสมกับความสนใจตามวัย โดยเฉพาะเนื้อหาที่เป็นเพลง หรือ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพลง
รูปแบบการนำเสนอ	เพลง ละครสั้น การแสดงโชว์ การสัมภาษณ์ บทพูดเดี่ยวประกอบท่าทาง
ความยาว	เฉลี่ย 4.25 นาทีต่อคลิป
ความเร็วของเสียงพูด	100 – 215 คำต่อนาที
คำศัพท์	คำศัพท์ระดับพื้นฐาน จำนวนน้อยคำ แต่ถูกนำมาใช้ซ้ำกันหลายครั้ง
ความซับซ้อนของรูปประโยค	ประโยคความเดียว คำ และวลี
เสียง	น้ำเสียงที่แสดงอารมณ์ เน้นคำ

2. ผลสัมฤทธิ์การฟังของนักเรียนสูงขึ้น ร้อยละ 17.64 และผลสัมฤทธิ์การฟังของนักเรียนกลุ่มอ่อนและกลุ่มเก่งมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และนักเรียนกลุ่มอ่อนสามารถทำคะแนนเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่านักเรียนกลุ่มเก่ง ร้อยละ 7.11

3. นักเรียนกลุ่มทดลองมีความพึงพอใจต่อสื่อวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบที่ใช้เพื่อพัฒนาการฟัง ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้าน ความเหมาะสมด้านเนื้อหา เวลา และรูปแบบและ คุณลักษณะด้านภาษาตามลำดับ

การอภิปรายผล

นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ที่เป็นกลุ่มทดลองมีความพึงพอใจวิดีโอคลิปที่มีลักษณะของเนื้อหาแท้จริง โดยไม่มีการปรับภาษาให้ง่ายขึ้น ลักษณะเด่นของภาษาที่ใช้ในวิดีโอคลิป คือใช้คำศัพท์ที่ใช้อยู่จริงในชีวิตประจำวัน รวมทั้ง ศัพท์แสลง คำอุทาน ลักษณะภาษาไม่เป็นทางการมากกว่าที่เป็นทางการ โครงสร้างประโยคเป็นประโยคความเดียวหรือเป็นระดับคำ เป็นส่วนใหญ่ ระดับวลี รองลงมา และมีประโยคความรวมในสัดส่วนที่ลงมาก รูปแบบประโยคที่พบในวิดีโอคลิปของยูทูบเป็นรูปประโยคที่ไม่ยาว ไม่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับที่ ริชาร์ด (Richards อ้างถึงในสุวิมล บุญจันทร์, 2549 : 12-15) กล่าวว่า ในภาษาพูดนั้นจะใช้อนุประโยค หรือประโยคที่ไม่สมบูรณ์ ซึ่งไม่ซับซ้อน และอาจมีรูปแบบย่อ การรวบคำ หรือเว้นคำไป ไม่เหมือนกับภาษาเขียน เสียงพูดที่ได้ยินในวิดีโอคลิปมาจากบุคคลหลากหลาย มีความแตกต่างทั้ง เพศและวัยรวมทั้งรูปแบบวิธีการพูด เช่น เสียงพูดคุ้ยชมราคาที่ไม่มีการเตรียมตัวล่วงหน้า การสัมภาษณ์ ละครสั้น ละครทีวี หรือ การร้องเพลง ที่แสดงอารมณ์ตามธรรมชาติ มีการ พูดซ้ำ ถามซ้ำ การซ้ำคำ และ ซ้ำความ การที่เนื้อหาที่นักเรียนได้รับชมเป็นเนื้อหาที่แท้จริง เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยพัฒนาการฟังได้ ดังที่ ซูซาน เอ็ม เบคอน (Susan M. Bacon, 1992 : 160),

เพนนี่ เออร์ (Penny Ur, 4987 อ้างถึงใน David Nunan and Lindsay Miller, 1995 ; 1691) และ มาร์โจรี บิงแฮม เวสเช (Majorie Bingham Wesche, 1994 : 235) ซึ่งเห็นพ้องกันว่า ข้อความที่ไม่มีการปรับภาษา หรือเนื้อหาจริง จะทำให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและความพยายามมากขึ้น และสอดคล้อง กับที่ บรูซ (Bruce อ้างถึงในจรรณี มณีกุล, 2545 : 2) กล่าวว่าควรให้ผู้เรียนได้รับฟังและรับชมเนื้อหาการฟังที่แท้จริงแม้ว่าอาจจะมีความยากเกินระดับผู้เรียน แต่ไม่ควรตัดแปลงเนื้อหา เนื่องจากขาดความสอดคล้องทางวัฒนธรรมและไม่สามารถพัฒนาทักษะโดยรวมได้ อัตราความเร็วของเสียงพูดในวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบอยู่ที่ 100 -215 คำต่อนาที ซึ่งเป็นอัตราความเร็วของเสียงพูด ที่ยังไม่เป็นปัญหาต่อความเข้าใจในการฟังดังที่ โรเจอร์ กริฟฟิธส์ (Roger Griffiths, 1990) นำเสนอไว้ และยังเป็นอัตราที่ใกล้เคียงกับความเร็วปกติของการพูดสนทนาระหว่างเจ้าของภาษา

นักเรียนกลุ่มทดลองมีคะแนนจากการทดสอบหลังเรียนสูงกว่ากลุ่มควบคุม โดยมีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถตีความได้ว่าจากการที่ นักเรียนได้รับชมวิดีโอคลิปอย่างสม่ำเสมอ เป็นระยะเวลา 2 เดือน ทำให้เกิดความคุ้นเคยกับเสียงของเจ้าของภาษา อีกทั้งตัวป้อนภาษาที่ได้รับฟัง เป็นเนื้อหาที่แท้จริง เป็นเรื่องในชีวิตประจำวันที่เข้าใจง่ายและไม่สร้างความกดดัน ขั้นตอนการพัฒนาการฟังเป็นไปตามลำดับ สนับสนุนให้เกิดการฟัง แบบ บนสู่ล่าง (Top-down) คือ สนทนากันในหัวข้อที่จะรับฟัง มีคำถามจากแบบฝึกพัฒนาทักษะการฟังช่วยทำให้การฟังมีเป้าหมาย แบบฝึกเป็นภาษาไทยสามารถช่วยบอกนักเรียนเป็นนัยถึงเรื่องที่ฟังทำให้รู้สึกสนุก กับการฟัง และสามารถคาดเดาคำศัพท์ตามบริบทได้ดีขึ้น และอาจใช้ประสบการณ์ของตนในการทำความเข้าใจได้ การเดาเรื่องหรือเดาคำตอบล่วงหน้าทำให้นักเรียนเกิดความตั้งใจในการฟังที่ดีขึ้นมาก

นอกจากนั้นแล้ว ระหว่างที่นักเรียนชมวิดีโอคลิป ก็ยังสามารถฟังซ้ำได้ตามต้องการ ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาที่ 2 ที่ คราเชนและเทอเรล (Krashen and Terrell, 1983) กล่าวว่าไว้ว่า สมมติฐานการป้อนเข้าของภาษา ควรต้องมาพร้อมกับบริบท เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้เรียน ไม่มีการจัดลำดับไวยากรณ์ เนื้อหาไม่เพียงพอ และไม่ทำให้ผู้เรียนต้องวิตกกังวล ซึ่งผู้วิจัยได้ให้นักเรียนเข้าชมวิดีโอโดยอิสระ ไม่สร้างความกดดันกับนักเรียนว่าการฟังจะต้องดีขึ้น อนึ่งการรับชมวิดีโอจากเว็บไซต์ยูทูบส่งผลให้นักเรียนตระหนักถึงความสำคัญของการฟัง เห็นว่าทักษะการฟังมีบทบาทในการเรียนรู้ภาษาอย่างมีความหมาย ทำให้นักเรียนมีพัฒนาการในการฟังที่สูงขึ้นอย่างคงทนซึ่ง สอดคล้องกับ งานวิจัยของ อาคม แสงแว (2553) ที่ศึกษาการใช้สื่อจริงเพื่อพัฒนาความเข้าใจการฟังภาษาอังกฤษ กรณีศึกษาของนักศึกษาที่ไม่ได้เรียนวิชาเอกภาษาอังกฤษชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ผลปรากฏว่า ความเข้าใจการฟังของนักศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในทำนองเดียวกัน ศิริภรณ์ ตาปราบ (2553) ได้ทำการพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษ โดยใช้รายการโฆษณาในโทรทัศน์กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 สรุปผลได้ว่า รายการโฆษณาในโทรทัศน์ ช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะการฟังอย่างเข้าใจ ได้ดีและมีประสิทธิภาพ งานวิจัยของ ศศิกานต์ ปีกสังกะณี (2553) ซึ่งทำการพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษโดยใช้กลวิธี Top-down กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ผลปรากฏว่า กลวิธี Top-down สามารถพัฒนาการฟังให้นักเรียนได้อย่างน่าพอใจ

นักเรียนกลุ่มทดลองมีความพึงพอใจต่อสื่อวิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบที่ใช้เพื่อพัฒนาทักษะการฟังในระดับมาก ทั้งนี้สามารถตีความได้ว่าเนื่องจาก สื่อประเภทวิดีโอคลิป เป็นสื่อที่แพร่หลายในปัจจุบัน การชมวิดีโอคลิปของวัยรุ่นมีเพิ่มมากขึ้นและประกอบกับวิดีโอคลิปที่นำมาใช้เป็นวิดีโอคลิป ประเภทบันเทิง ได้แก่ เพลง บทละครสั้น หรือบทพูดคนเคี้ยวเนวตลก ละครีทีวี การสัมภาษณ์ดารานักร้อง มีเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวที่อยู่ใน

ความสนใจ ตามวัยของผู้เรียน มีเรื่องราวที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย ตัวบุคคลในคลิปวิดีโอ เป็นบุคคลที่น่าสนใจ ด้วยรูปลักษณะ มีความน่ามอง และมีลักษณะที่โดดเด่น ชัดเจน ไมเคิล รอสท์ (Michale Rost, 1994) แสดงความคิดเห็นไว้ว่า หากข้อมูลในการฟังมีจำนวนมาก ก็จำเป็นต้องอาศัยความตั้งใจในการฟังมาก จึงจะจดจำข้อมูลได้ ดังนั้นความยาวของวิดีโอคลิปโดยเฉลี่ย 4.25 นาที จึงไม่สร้างความกดดันต่อนักเรียนในด้านความตั้งใจในการฟัง และความสามารถในการจดจำข้อมูลที่ได้รับฟัง

สรุปผลการวิจัยครั้งนี้ได้ว่า วิดีโอคลิปจากเว็บไซต์ยูทูบ สามารถสร้างความพึงพอใจในรูปแบบการเป็นสื่อเพื่อพัฒนาทักษะการฟังให้กับผู้เรียนได้ โดยอาศัยคุณสมบัติของการเป็นสื่อจริงและนำเสนอเนื้อหาที่แท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1.1 ด้านการเรียนการสอน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การฟังสื่อที่ถ่ายทอดสถานการณ์แท้จริงอย่างสม่เสมอช่วยให้เกิดพัฒนาการทางภาษาได้ ครูผู้สอนภาษาอังกฤษที่มีความสนใจในการใช้วิดีโอคลิปเพื่อการเรียนการสอนจึงควรเลือกรูปแบบที่เป็นที่พึงพอใจของผู้เรียน หากมีกระแสวิกขานเนื้อหาที่เหมาะสม สำหรับแต่ละวัยด้วย

นอกจากนี้ ครูผู้สอนสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน และเกิดประสิทธิภาพ โดยรับชมคลิปวิดีโอ โดยให้คำแนะนำช่องวิดีโอที่มีเนื้อหา รูปแบบภาษา ที่เหมาะสมกับวัยและระดับความสามารถของผู้เรียน รวมถึงการใช้ คำค้น เพื่อเข้าถึงข้อมูล หรือหมวดหมู่ที่ตรงกับความต้องการ และวัตถุประสงค์ในการฟังได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และแนะนำการใช้โปรแกรมเพื่อดาวน์โหลดคลิปวิดีโอที่ต้องการด้วย เพื่อผู้เรียนจะได้ใช้เวลาพัฒนาตนเองนอกห้องเรียนได้โดยอิสระและเกิดประโยชน์สูงสุด

1.2 ด้านการวิจัย

1. ควรมีการวิจัยภาษาที่พบในเพลงภาษาอังกฤษขอคนนิยมว่ามีความสอดคล้องกับภาษาที่อยู่ในหลักสูตรภาษาเพื่อการสื่อสารหรือไม่ อย่างไร
2. ควรมีการวิจัยภาษาที่พบในภาพยนตร์แต่ละประเภท อาทิเช่น ภาพยนตร์แนวครอบครัว แนววิทยาศาสตร์ ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ หรือ เปรียบเทียบภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นในยุคสมัยที่ต่างกัน ว่ามีการใช้ภาษาที่เหมือนหรือต่างกันอย่างไร
3. ควรมีพัฒนาหลักสูตรการฟังโดยอาศัยสื่อวิดีโอคลิปโดยเฉพาะ
4. ควรมีการวิจัยทั้งพัฒนาการการฟังและพูดที่ได้จากการชมคลิปวิดีโอและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสองทักษะ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทัศน์ นาคจัน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญญา พานิช และดร. โฉมยง โต๊ะทอง คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ซึ่งได้นำมาเป็นต้นแบบในการเรียบเรียงบทความนี้ ขอกราบขอบพระคุณ ผู้จัดการโรงเรียนนิรมลชุมพร ผู้บังคับบัญชา ผู้ให้ทุนการศึกษานี้ ขอขอบคุณเพื่อนอาจารย์ โรงเรียนนิรมลชุมพร และ อาจารย์โจชัว วิคส์ เพื่อนอาจารย์ชาวแคนาดา และขอบคุณกำลังใจจากทุกคนในครอบครัวที่ได้ช่วยให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- จารุณี มณีกุล. 2545. รายงานการวิจัย เรื่อง การใช้เนื้อหาและกิจกรรมที่แท้จริงเพื่อพัฒนาทักษะ การฟัง
ภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการสอน ภาษาอังกฤษ คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิมล บุญจันทร์. 2549. การพัฒนาวิทัศน์เป็นสื่อเสริมทักษะการฟังรายวิชาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษโดย
วิธีการเรียนรู้แบบพึ่งพาตนเองสำหรับนักศึกษาที่เรียนหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต 5 ปี ชั้นปีที่ 1
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและสื่อสาร
การศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ศุภสิริ โสมาเกต. 2544. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ในการเรียนและความพึงพอใจในการเรียนภาษาอังกฤษของ
นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ระหว่างการเรียนรู้ด้วยโครงการกับการเรียนรู้ตามคู่มือครู. วิทยานิพนธ์
การศึกษามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศศิกันต์ ปีกังคะเนย์. 2553. ผลการพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษโดยใช้กลวิธี Top-down ชั้นประถมศึกษา
ปีที่ 5. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- ศิริภรณ์ ตาปราบ. 2553. การพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษ โดยใช้รายการโฆษณาในโทรทัศน์ชั้นมัธยมศึกษา
ปีที่ 2. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- อาคม สายแวว. 2553. การใช้สื่อจริงเพื่อพัฒนาความเข้าใจการฟังภาษาอังกฤษกรณีศึกษาของนักศึกษาที่ไม่ได้
เรียนวิชาเอกภาษาอังกฤษ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี
- Bacon, Susan M. and Finnermann, Michael D. 1990. A study of the attitudes, motives and strategies of
university foreign language students, and their disposition to authentic oral and written input. **The
Modern Language Journal**. 74: 459-473.
- Beare, Kenneth .1997. "The Challenge of Teaching Listening Skills" English as 2nd Language. Retrieved
August 1, 2008, from http://esl.about.com/cs/teachinglistening/a/a_tlisten.htm
- Griffiths, Roger. Speech rate and nonnative speaker comprehension : **A preliminary study in time-benefit
analysis. Language learning** 40(1990) : 311-336.
- Krashen, Stephen D. and Tracy D. Terrell. 1983. **The natural approach: Language acquisition in the
classroom**. Hayward. CA: Alemany Press,
- Nunan. David and Miller. Lindsay. 1995. **New ways in teaching listening**. Bloomington, Illinois : Pantagraph
Printing,
- Rost. Michael. 1990. **Listening in language learning**. London : Longman,

Wesche, Majorie Bingham. 1994. Input and interaction in second language acquisition. In Clare Gallaway. and Brian J. Richards(eds.). **Input and interaction in language acquisition**. Cambridge: Cambridge University Press.: 219-249.